

La dématérialisation



Wallonie, septembre 2006



Étude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

- Objectifs et méthodologie
- La demande
- Conclusions et recommandations

Objectifs de l'étude

- Cette étude consacrée à la dématérialisation vise à :
 - Mesurer la notoriété, les perceptions et le niveau de connaissance que les Wallons ont de la dématérialisation.
 - Connaître les produits et les actes que les Wallons associent à la dématérialisation.
 - Évaluer l'adoption de comportements, de pratiques de dématérialisation au sein de la population wallonne.
 - Identifier les freins à l'adoption des pratiques de dématérialisation.
 - Évaluer les intentions d'adoption des pratiques de dématérialisation et le potentiel de développement de différents services de dématérialisation en Wallonie.

Méthodologie

- 636 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de la Wallonie âgés de 17 ans et +.
- Field : 04 mai – 15 mai 2006.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,8%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction du genre, de l'âge, de la composition du ménage, des caractéristiques du lieu d'habitation, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat).

La demande : agenda

Partie 1 : Dématérialisation, perceptions et associations

- Le concept
 - Notoriété spontanée (sans donner de définition à l'interviewé)
 - Évocations spontanées
 - Notoriété aidée de la dématérialisation (après une définition succincte)
- Les produits associés à la dématérialisation
- Les actes associés à la dématérialisation

Partie 2 : Comportements

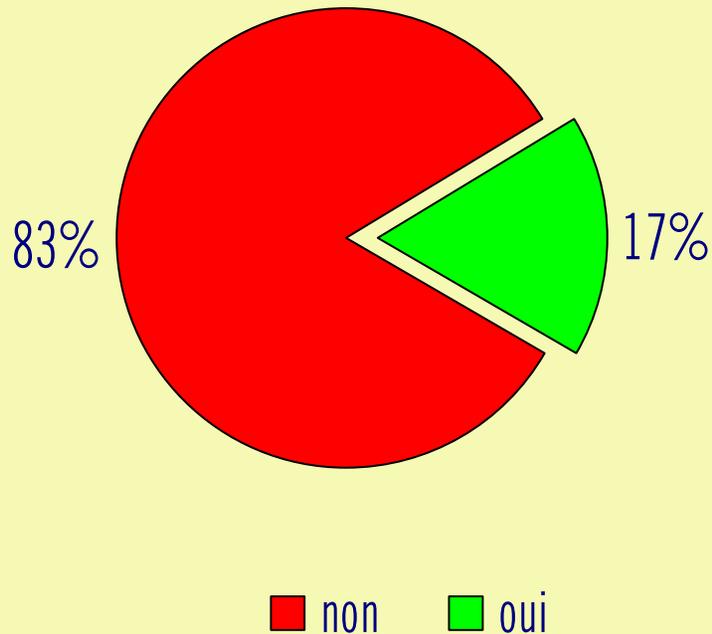
- Adoption des pratiques de dématérialisation (taux de pénétration et fréquence)
- Freins à l'adoption de pratiques de dématérialisation
- Potentiel d'adoption de pratiques et d'utilisation de services de dématérialisation

Partie 3: Détermination des cibles — la typologie

Partie 1 : Dématérialisation, perception et associations

- Le concept
 - Notoriété spontanée (sans donner de définition à l'interviewé)
 - Évocations spontanées
 - Notoriété aidée de la dématérialisation (après une définition succincte)
- Les produits associés à la dématérialisation
- Les actes associés à la dématérialisation

Le concept : notoriété spontanée de la dématérialisation

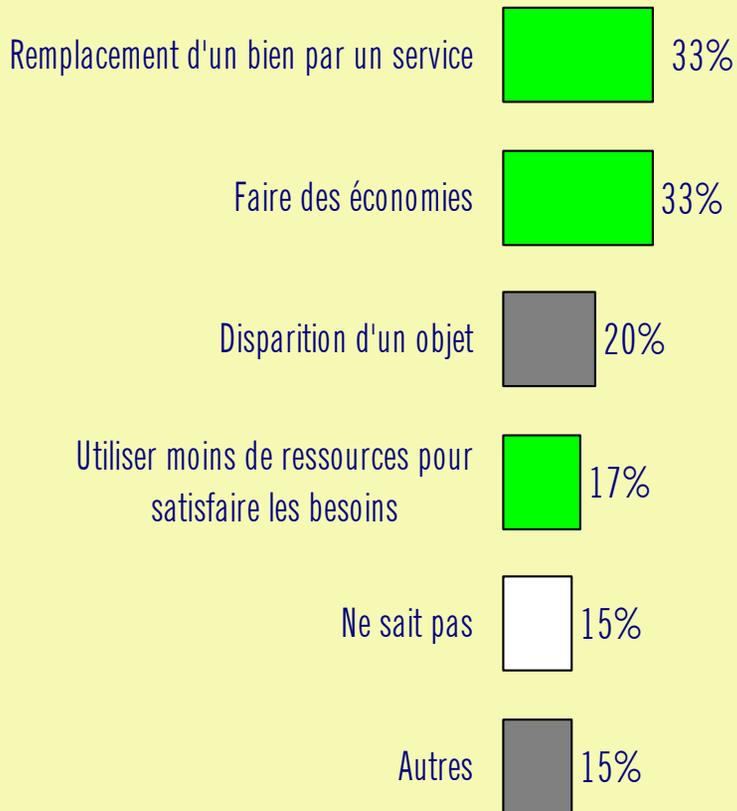


➤ Connaissez-vous la dématérialisation, ne serait-ce que de nom?

- Spontanément, 1 personne sur 6 connaît le terme dématérialisation, ou l'a déjà entendu. Cela ne veut pas dire pour autant qu'elle sait ce que ce mot recouvre.

Base : échantillon total

Le concept : évocations spontanées



➤ Selon vous, qu'est ce que la dématérialisation?

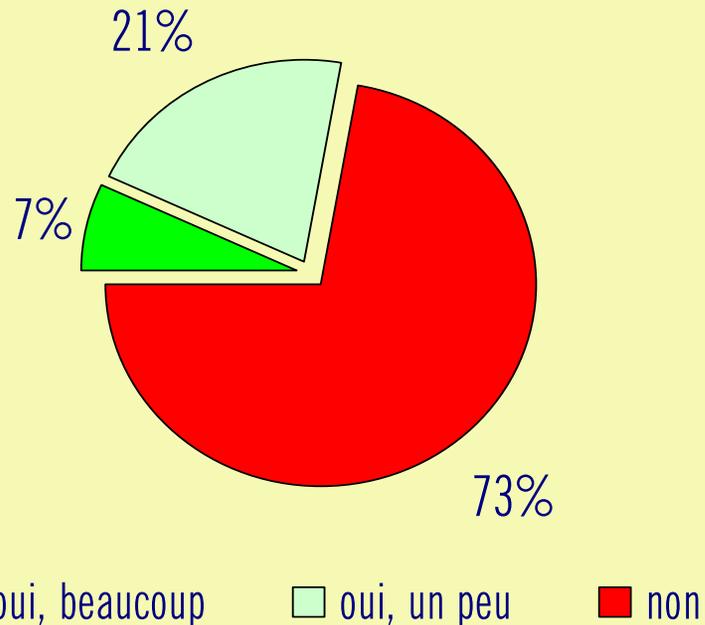
- Une personne sur trois donne spontanément une définition correcte de la dématérialisation en citant un exemple concret.
- L'avantage financier est également évoqué par un tiers de la population.
- Une personne sur six donne une définition exacte: économiser les ressources.
- Une personne sur cinq évoque de façon erronée la disparition d'un objet.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

Le concept : évocations spontanées

- Un tiers des consommateurs a spontanément une perception correcte de ce que recouvre le terme dématérialisation. Cependant, le concept reste peu connu dans sa globalité ; les consommateurs ne peuvent en évoquer que certains aspects ou exemples pratiques.
- Le lien entre l'économie des ressources et la dématérialisation n'est pas systématiquement évoqué. Moins d'une personne sur cinq le mentionne.
- Pour un tiers des consommateurs, la dématérialisation représente des économies financières.
- Certains consommateurs confondent la dématérialisation avec la disparition d'un objet ou ne savent pas définir ce terme correctement.

Le concept : notoriété aidée de la dématérialisation

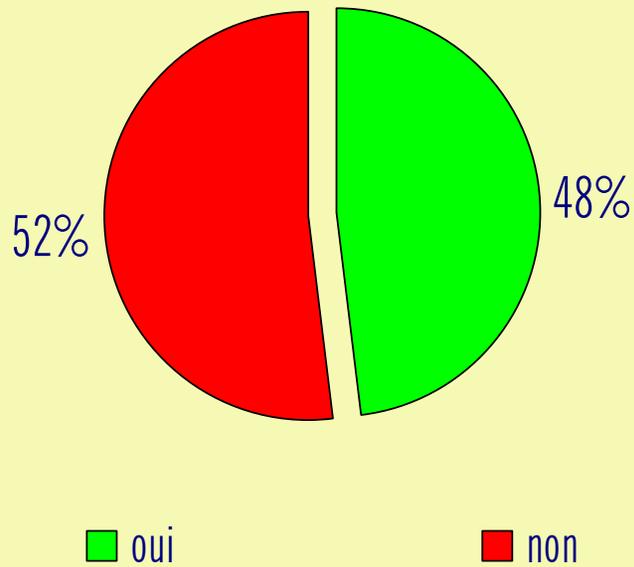


➤ Avez-vous déjà entendu parler de la dématérialisation?

- Après avoir donné la définition suivante aux interviewés : la dématérialisation vise à faire des économies de ressources. Pour le consommateur, c'est par exemple remplacer l'achat d'un produit par le recours à un service ou choisir des produits qui consomment moins de ressources (produits plus concentrés), plus d'un wallon sur quatre déclare avoir déjà entendu parler de la dématérialisation.

Base : échantillon total

Produits associés à la location

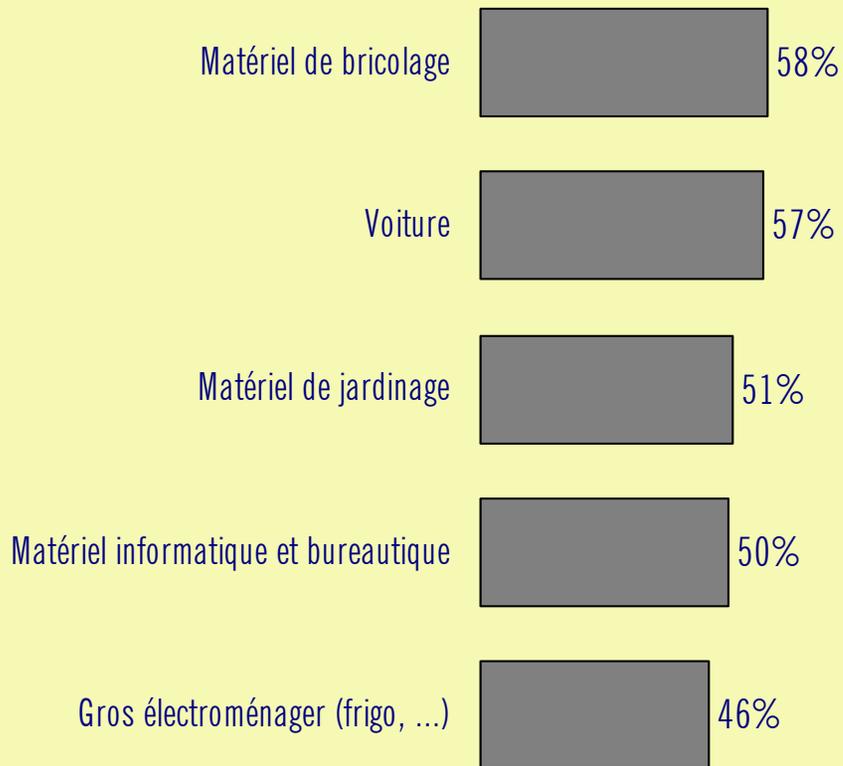


➤ Selon vous, tous les produits peuvent être loués plutôt qu'achetés?

- Près d'un wallon sur deux estime que tous les types de produits peuvent être loués plutôt qu'achetés.

Base : échantillon total

Location : l'équipement du foyer

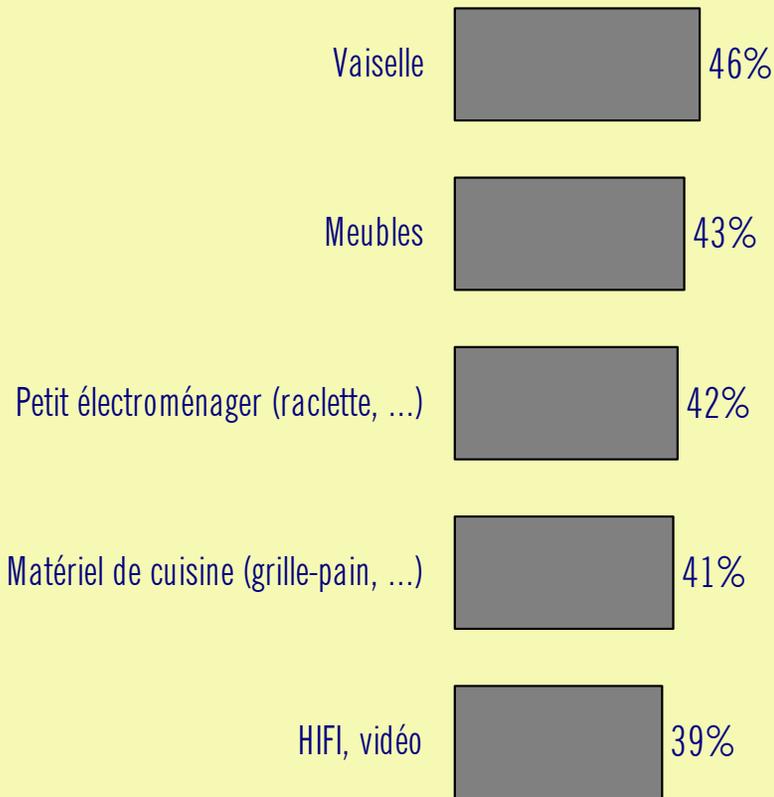


➤ Selon vous, quels types de produits peuvent être loués plutôt qu'achetés?

- Environ 6 wallons sur 10 estiment que le matériel de bricolage peut être loué plutôt qu'acheté.
- Près de 6 wallons sur 10 estiment également qu'ils pourraient louer une voiture plutôt que d'en acheter une.
- Environ un wallon sur deux envisage également la location pour le matériel de jardinage, informatique, bureautique et le gros électroménager.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

Location : l'équipement du foyer

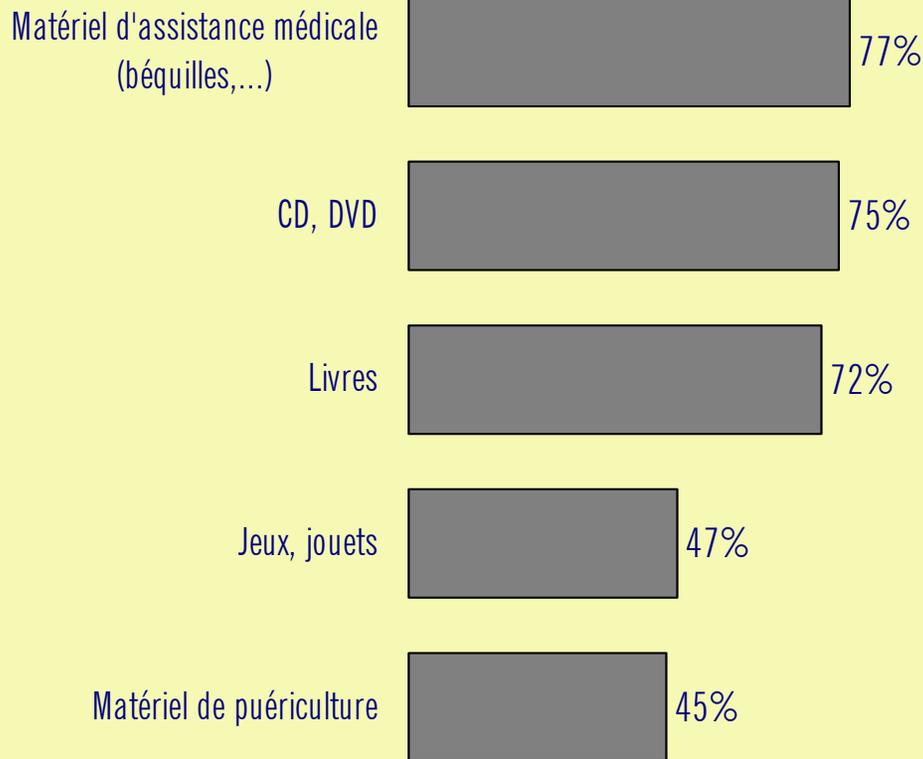


➤ Selon vous, quels types de produits peuvent être loués plutôt qu'achetés?

- Moins d'un wallon sur deux estime que le matériel de cuisine, la vaisselle, le petit électroménager peuvent faire l'objet de location.
- Un peu plus de 4 wallons sur 10 estiment que les meubles et les appareils hifi, vidéo peuvent être loués plutôt qu'achetés.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

Location : l'équipement de la personne

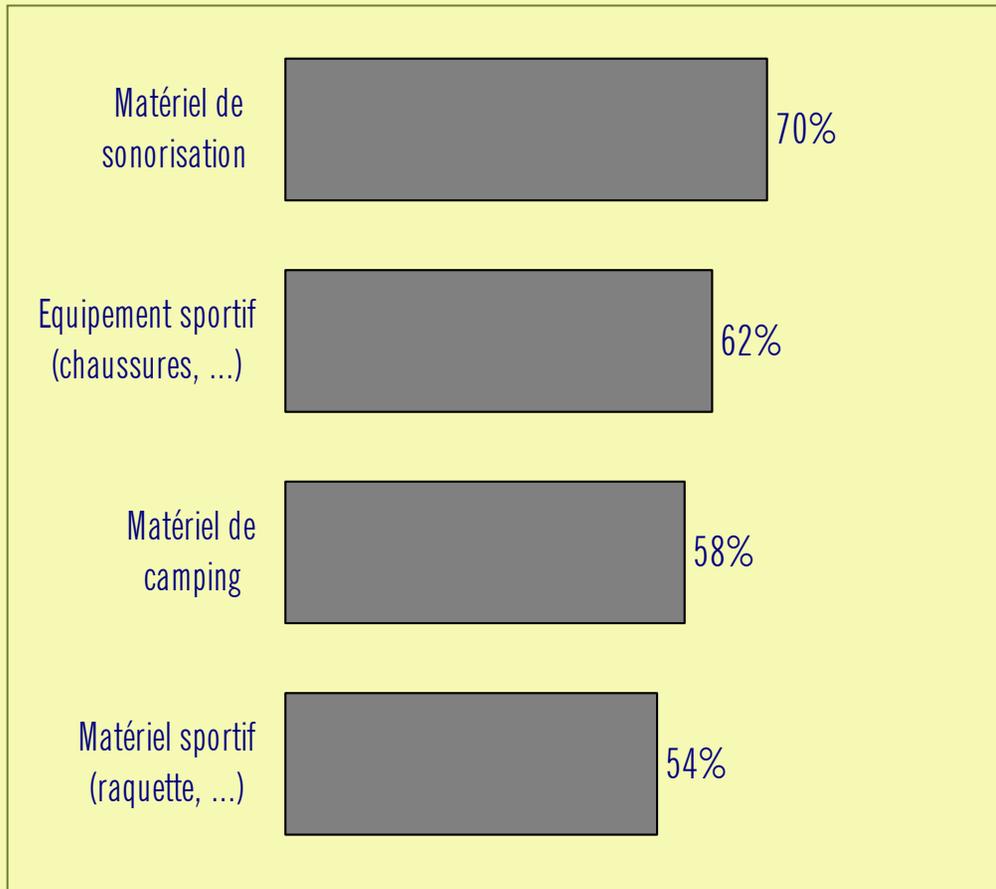


➤ Selon vous, quels types de produits peuvent être loués plutôt qu'achetés?

- Plus de 3 wallons sur 4 envisagent la location pour le matériel d'assistance médicale.
- 3 wallons sur 4 estiment que les CD, DVD et les livres peuvent être loués plutôt qu'achetés.
- Moins d'un wallon sur deux envisage la location pour le matériel de puériculture, les jeux et les jouets.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

Location : sport et loisirs



➤ Selon vous, quels types de produits peuvent être loués plutôt qu'achetés?

- 7 wallons sur 10 estiment que le matériel de sonorisation peut être loué plutôt qu'acheté.
- 6 wallons sur 10 envisagent la location pour le matériel de camping.
- En ce qui concerne le sport, 6 wallons sur 10 envisagent la location pour le matériel sportif et 5 sur 10, pour l'équipement sportif.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

Produits associés à la location : conclusions

- En général, environ 50% des wallons estiment que l'ensemble des produits peuvent être loués plutôt qu'achetés.
- Cependant, la location est davantage envisagée pour les produits :
 - Dont l'achat nécessite un investissement initial important (ex: matériel d'assistance médicale, de camping, sono,...),
 - Dont l'utilisation est limitée dans le temps et la fréquence d'utilisation peu élevée (ex: matériel de camping, matériel d'assistance médicale, équipement sportif, ...),
 - Dont l'implication dans l'achat est faible,
 - Dont l'offre en location est importante et la location ancrée dans les moeurs (livres, CD, DVD, sono, équipement sportif,...)
 - De loisirs (matériel sportif, CD, livres,...)

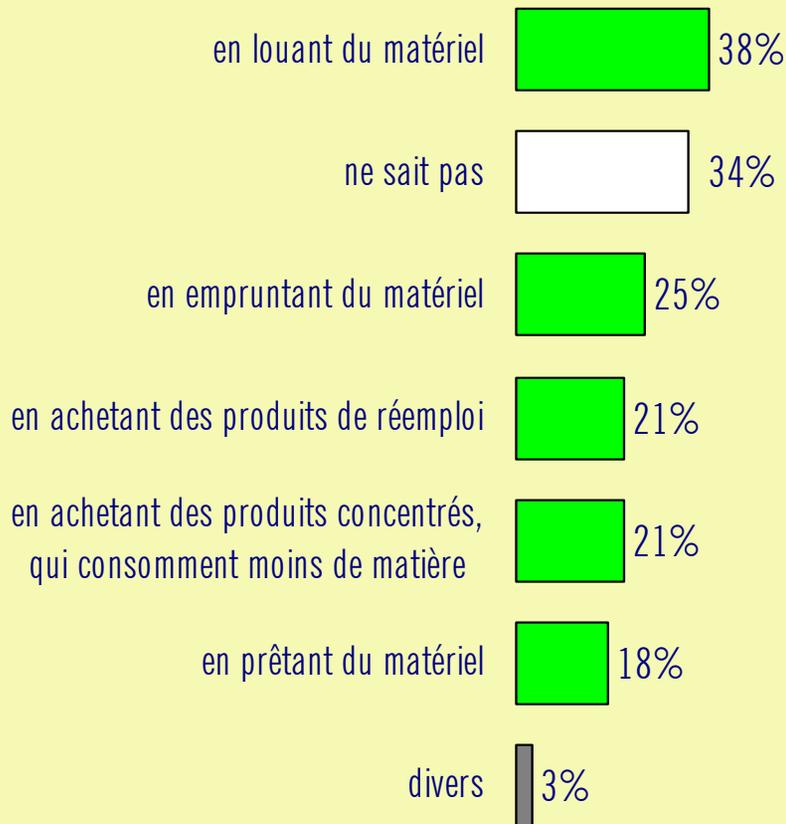
Produits associés à la location : conclusions

- La location est moins fréquemment envisagée pour des produits :
 - Dont la location ne permet pas un gain financier important par rapport à l'achat (ex: petit électroménager, vaisselle, meubles,...),
 - D'utilisation courante, dont la fréquence d'utilisation est élevée (ex: vaisselle, petit électroménager, meubles,...),
 - Dont l'implication dans l'achat est importante (en particulier, niveau affectif élevé : jouets, matériel de puériculture, meubles,...),
 - Dont l'offre en location est peu importante et la location pas encore ancrée dans les moeurs (matériel de cuisine, hi-fi, électroménagers,...)
 - D'équipement de la maison et en particulier de la cuisine.

Produits associés à la location : conclusions

- Les profils les plus ouverts à la location de biens sont les groupes sociaux inférieurs, les personnes âgées de 18 à 29 ans et de plus de 65 ans, les habitants des grandes villes et les célibataires. En particulier, ces consommateurs sont plus enclins à louer le matériel sportif, le matériel de bricolage.
- Les profils les plus réticents à la location sont les groupes sociaux moyens, les personnes âgées de 30 à 39 ans et de 50-64 ans, les habitants de Charleroi, des banlieues, des communes rurales et les couples sans enfant.

Actes associés à la dématérialisation



➤ Selon vous, de quelle manière participe-t-on à la dématérialisation ?

- Près de 4 wallons sur 10 pensent que l'on participe à la dématérialisation en louant du matériel et un wallon sur quatre en empruntant du matériel.
- 1 consommateur sur 5 estime également qu'acheter des produits concentrés, de réemploi et le prêt de matériel sont des manières de participer à la dématérialisation.
- Mais, 1 wallon sur 3 ne sait pas de quelle façon il peut participer à la dématérialisation.

Base : échantillon total, plusieurs réponses possibles

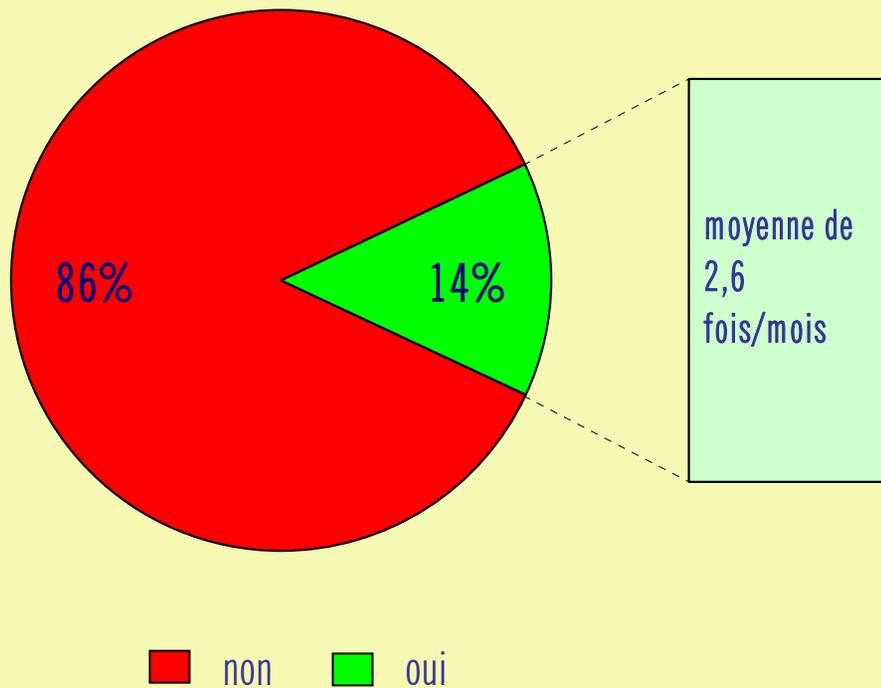
Actes associés à la dématérialisation

- Après lecture de la définition de la dématérialisation, un wallon sur trois ne sait pas comment participer à la dématérialisation.
- Deux wallons sur trois savent citer au moins une manière de participer à la dématérialisation. Parmi ces actes, les plus cités sont:
 - La location de matériel,
 - L'emprunt de matériel,
 - L'achat de produits de réemploi et de produits concentrés,
 - Le prêt de matériel.

Partie 2 : Dématérialisation, comportements

- Adoption des pratiques de dématérialisation (taux de pénétration et fréquence)
- Freins à l'adoption de pratiques de dématérialisation
- Potentiel d'adoption de pratiques et d'utilisation de services de dématérialisation

Lavoir collectif - utilisation

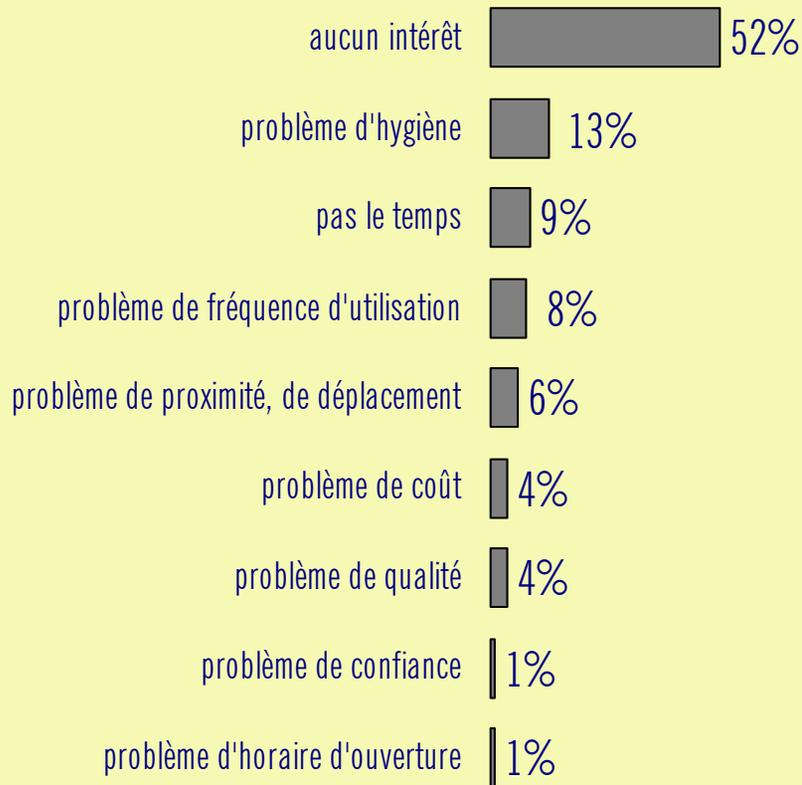


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Moins d'un wallon sur sept fréquente le lavoir collectif. En particulier, les habitants de Charleroi sont plus nombreux à y avoir recours.
- Ceux qui y ont recours font appel à ce service entre deux et trois fois par mois en moyenne.

Base : échantillon total

Lavoir collectif – les freins

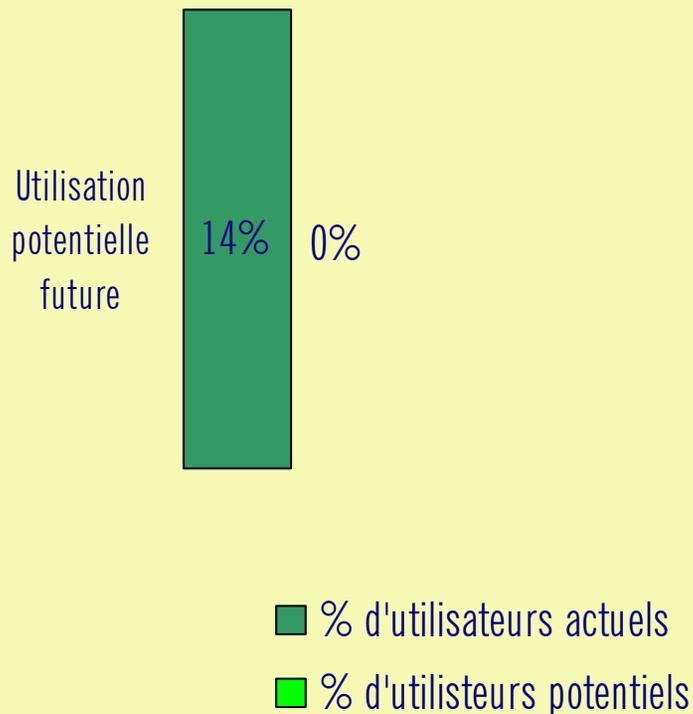


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne fréquentent pas les lavoirs collectifs. En particulier, les personnes habitant les grandes villes ne sont pas intéressées par ce service.
- Dans une moindre mesure, ils évoquent également des problèmes d'hygiène, de déplacement et de manque de temps liés à ce service.
- Certaines personnes évoquent également des problèmes de coût et de qualité.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Lavoir collectif – utilisation potentielle dans le futur



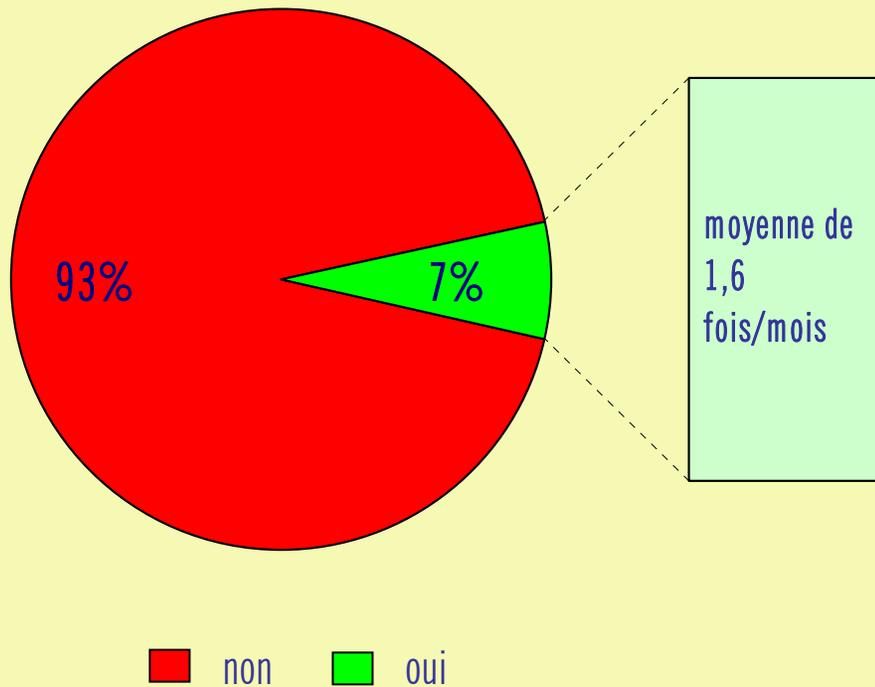
➤ Utilisation potentielle future du service

- Dans le futur, si l'ensemble des freins à l'utilisation de ce service est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement des lavoirs collectifs est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi est interrogant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Blanchisserie avec livraison et reprise à domicile - utilisation

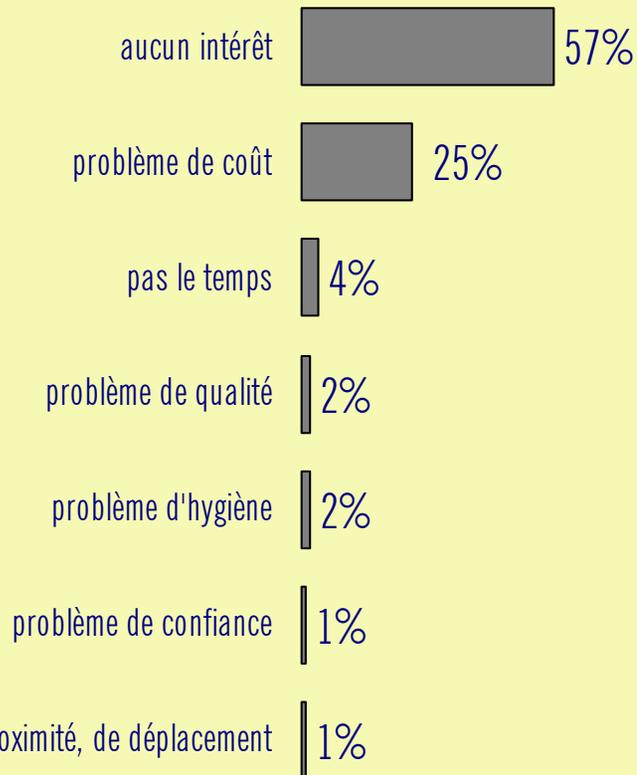


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Moins d'un wallon sur dix a recours aux services d'une blanchisserie avec livraison et reprise à domicile.
- Ceux qui y ont recours font appel à ce service entre une et deux fois par mois en moyenne.

Base : échantillon total

Blanchisserie avec livraison et reprise à domicile – les freins

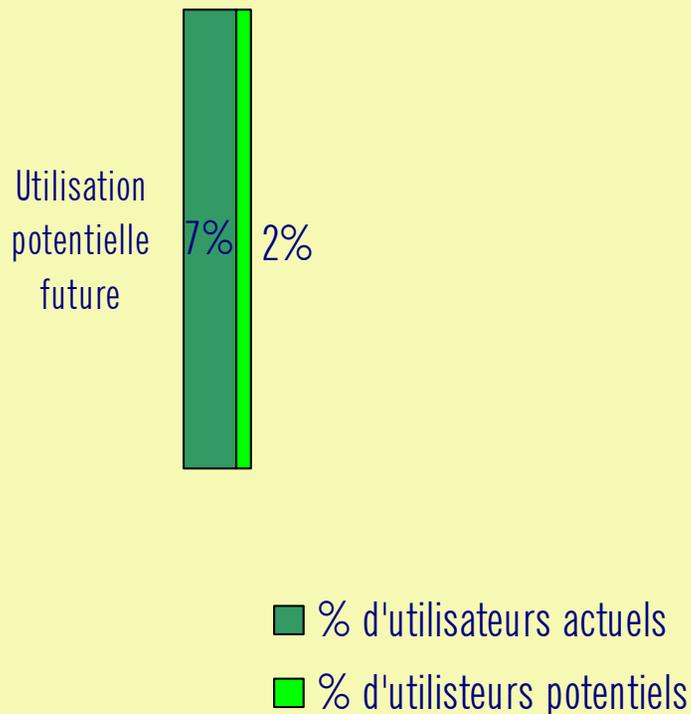


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont pas recours aux services d'une blanchisserie avec livraison et reprise à domicile. En particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans et les couples sans enfants ne sont pas intéressés par ce service.
- Dans une moindre mesure, ils évoquent également des problèmes de coût et le manque de temps liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Blanchisserie avec livraison et reprise à domicile – utilisation potentielle dans le futur



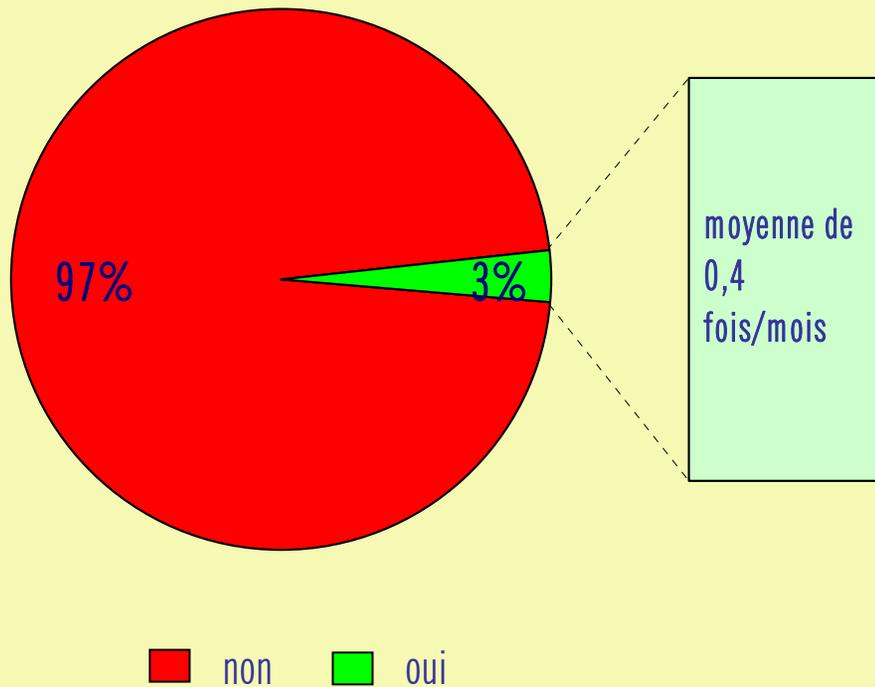
➤ Utilisation potentielle future du service

- Dans le futur, si l'ensemble des freins à l'utilisation de ce service est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 2%. En particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans sont plus nombreuses à être des utilisateurs actuels et potentiels de ce service.
- Le potentiel de développement des blanchisseries avec service de livraison et reprise est limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Les chèques service – utilisation

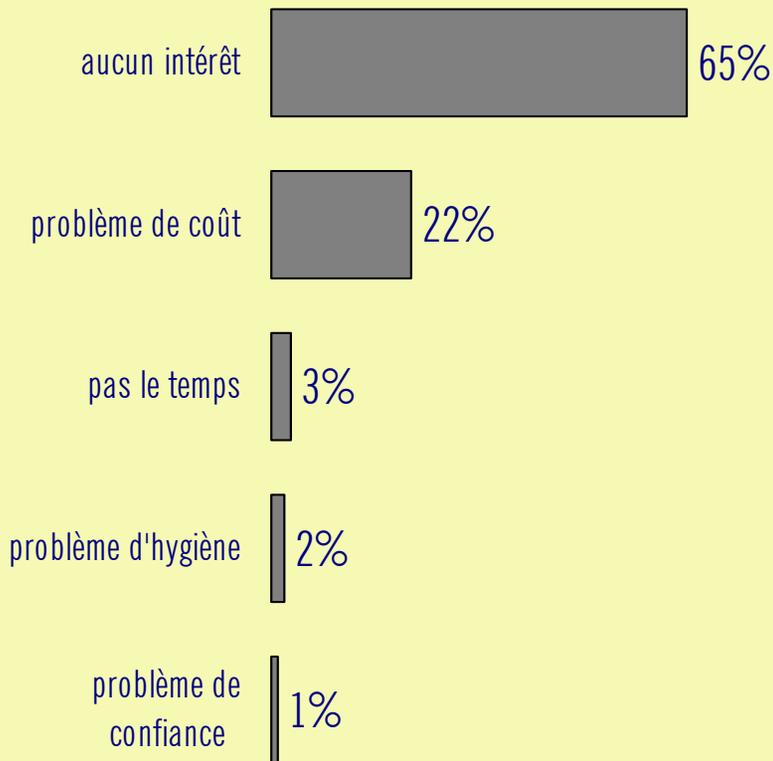


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- L'utilisation des chèques service est très limitée actuellement en Wallonie. Seuls 3% des wallons y ont recours.
- En moyenne, ceux-ci les utilisent une fois tous les deux mois.
- Rem : les chèques services permettent, par exemple, de faire repasser son linge à l'extérieur

Base : échantillon total

Les chèques service – les freins

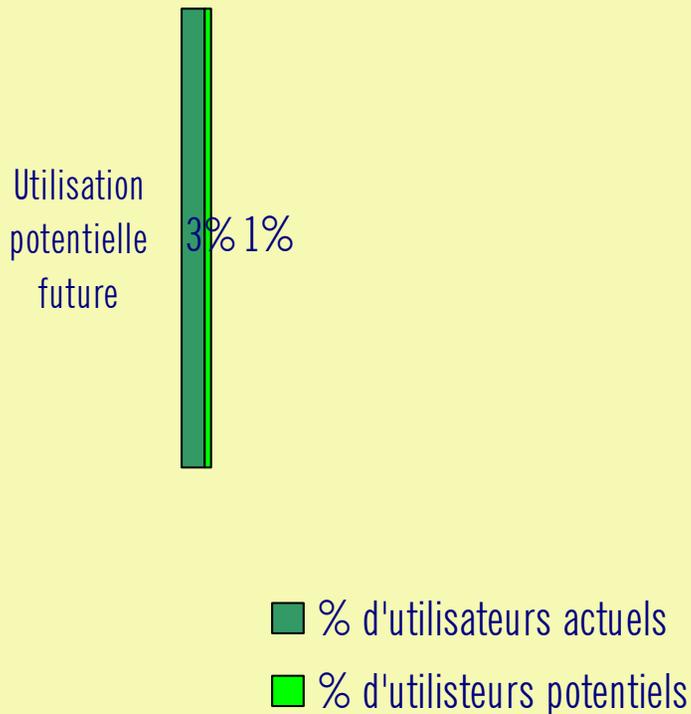


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'utilisent pas de chèques service. En particulier, les personnes âgées de moins de 50 ans, les couples sans enfant, les habitants de villes wallonnes et les groupes sociaux moyens sont plus nombreux à ne pas y voir d'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût et de manque de temps. En particulier, les personnes âgées, les célibataires, les habitants de villes wallonnes et les groupes sociaux inférieurs sont plus sensibles au coût de ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Les chèques service – utilisation potentielle dans le futur



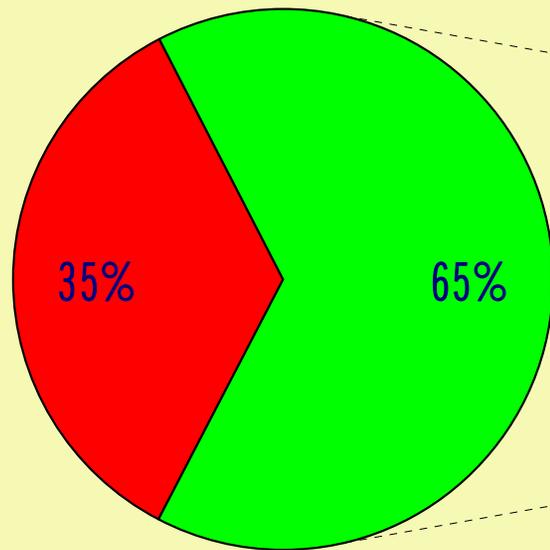
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Séchage du linge à l'air libre - utilisation



■ non ■ oui

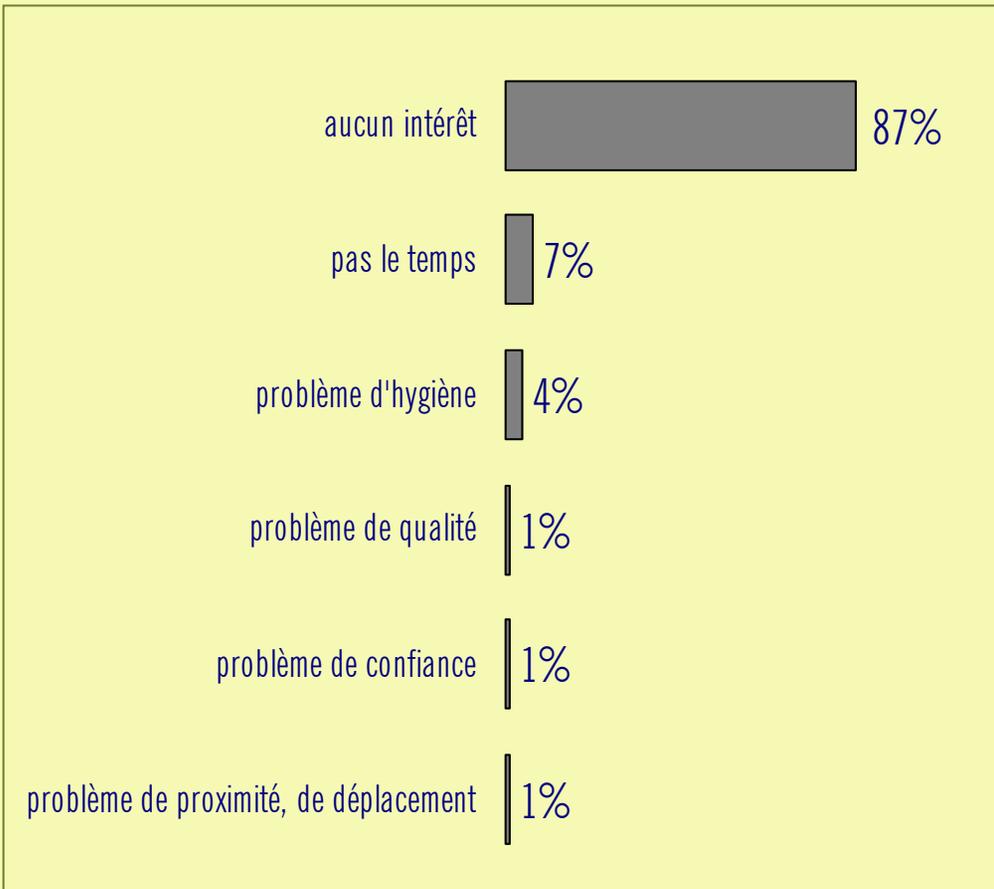
moyenne de
4 fois/mois

➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Deux wallons sur trois sèchent leur linge à l'air libre plutôt que dans le séchoir. En particulier, les groupes sociaux inférieurs et les habitants de Charleroi ou d'une ville centrale sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci le font quatre fois par mois.

Base : échantillon total

Séchage du linge à l'air libre – les freins



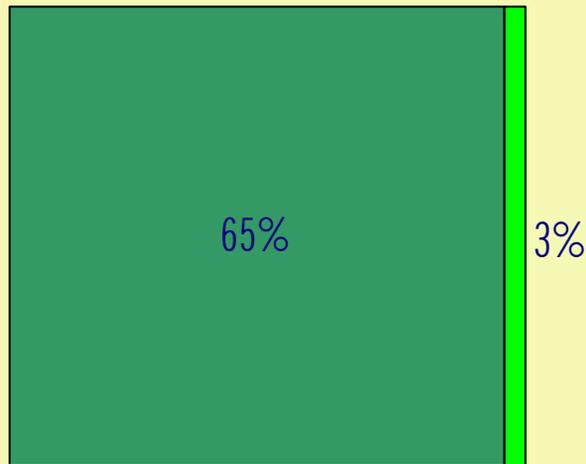
➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas le faire ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne sèchent pas leur linge à l'air libre. En particulier, les couples sans enfant et les personnes habitant la ville sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils évoquent également des problèmes de temps et d'hygiène liés à cette pratique.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Séchage du linge à l'air libre – utilisation potentielle dans le futur

Utilisation
potentielle
future



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

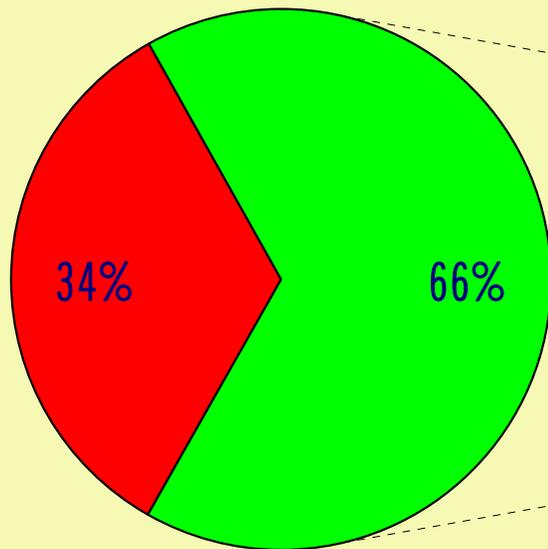
➤ Utilisation potentielle future

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 3%. En particulier, ce gain potentiel est de 18% parmi les personnes âgées de 30 à 39 ans.
- Le potentiel de développement de cette pratique est limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Utiliser des produits d'entretien concentrés – utilisation



■ non ■ oui

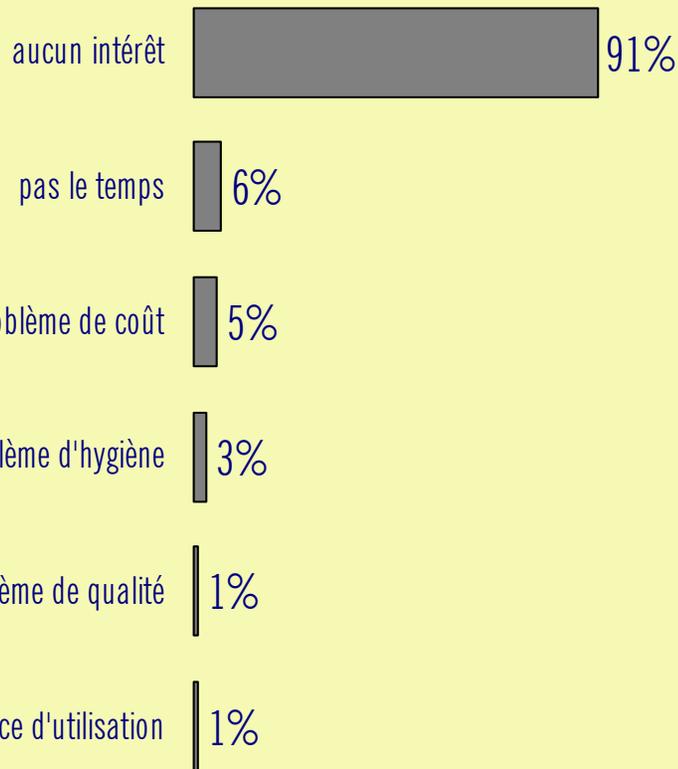
moyenne de
5,6
fois/mois

➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Deux wallons sur trois déclarent utiliser des produits d'entretien concentrés. En particulier, les habitants des grandes villes et les groupes sociaux inférieurs sont plus nombreux à les utiliser.
- En moyenne, ceux-ci les utilisent un peu plus d'une fois par semaine.

Base : échantillon total

Utiliser des produits d'entretien concentrés – les freins



➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'utilisent pas de produits d'entretien concentrés.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps et de coût liés à l'utilisation de ces produits.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Utiliser des produits d'entretien concentrés – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

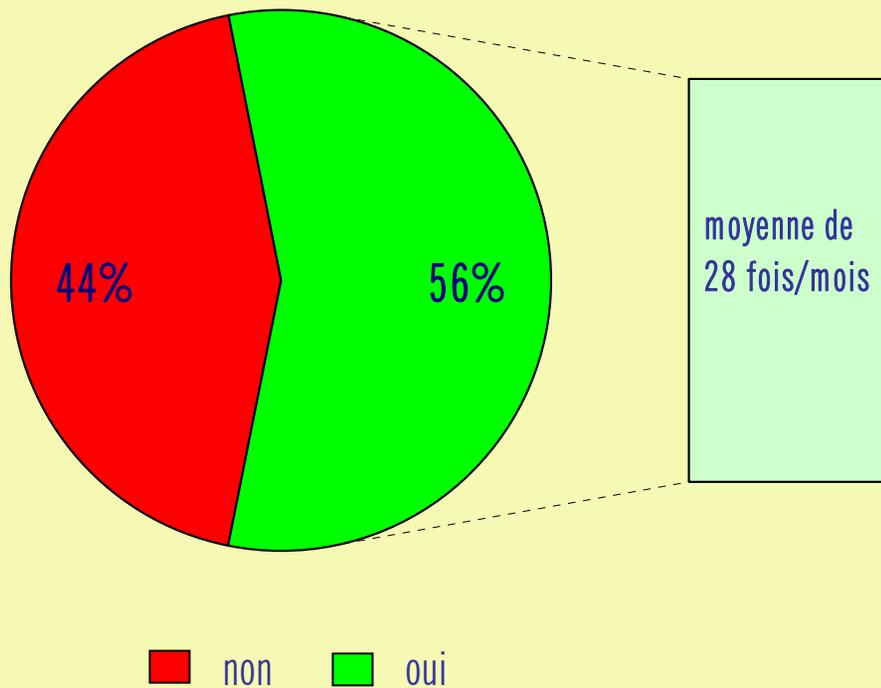
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Boire de l'eau du robinet – utilisation

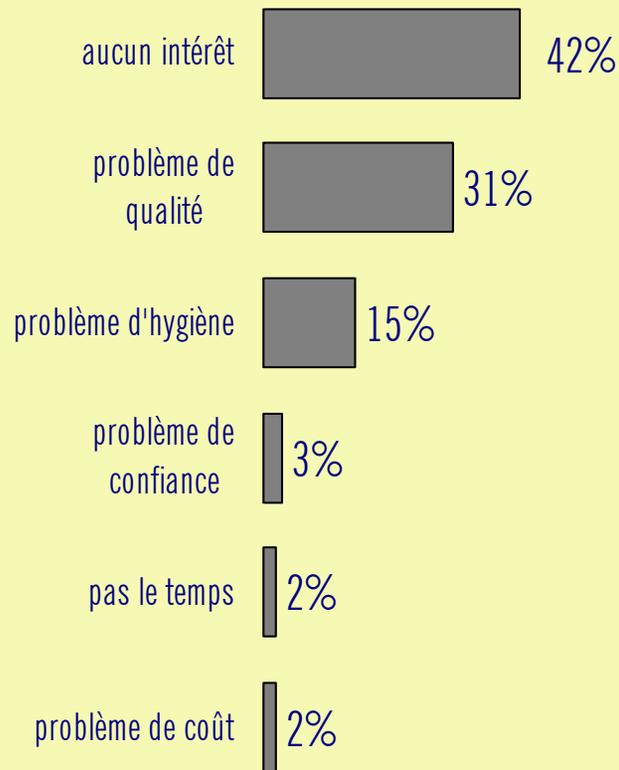


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus de la moitié des wallons boivent de l'eau du robinet plutôt que de l'eau en bouteille. En particulier, les célibataires, les ménages de 4 personnes, les habitants de grandes villes et les groupes sociaux inférieurs sont plus nombreux à privilégier l'eau du robinet.
- En moyenne, ceux-ci le font quotidiennement.

Base : échantillon total

Boire de l'eau du robinet – les freins

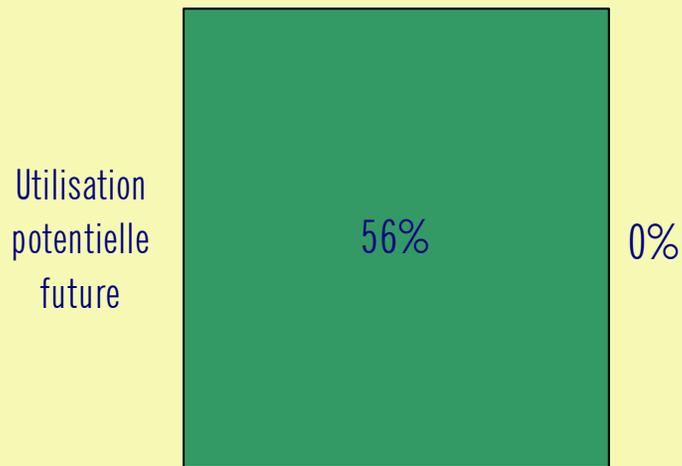


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne acquérir ce comportement ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne privilégient pas l'eau du robinet. En particulier, les non responsables d'achat, les hommes et les groupes sociaux moyens sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Le problème de qualité est également un problème important cité par 3 non consommateurs d'eau du robinet sur 10. En particulier, les groupes sociaux inférieurs, les habitants de Charleroi et des grandes villes y sont plus sensibles.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problème d'hygiène, de manque de confiance.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Boire de l'eau du robinet – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

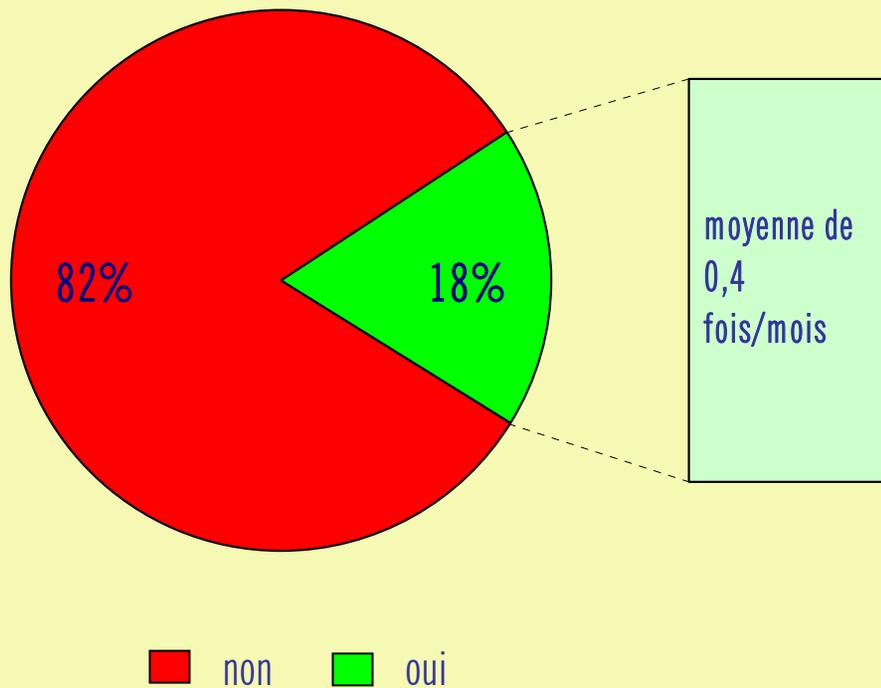
➤ Utilisation potentielle future

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location d'outils de bricolage – utilisation

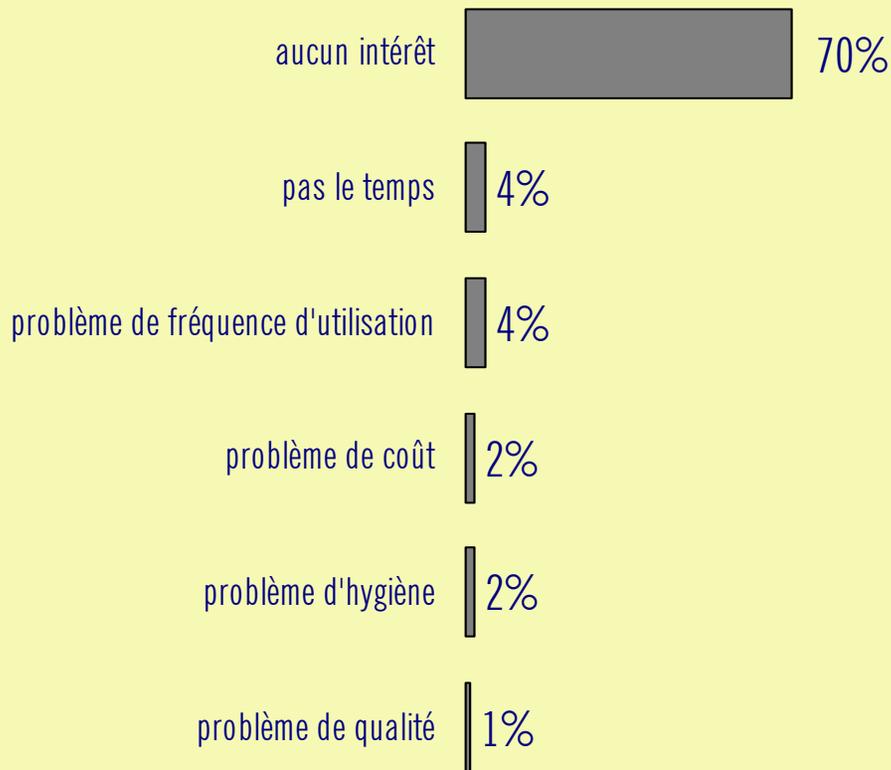


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur cinq a déjà loué des outils de bricolage au lieu des les acheter.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer du matériel de bricolage une fois tous les deux mois.

Base : échantillon total

Location d'outils de bricolage – les freins

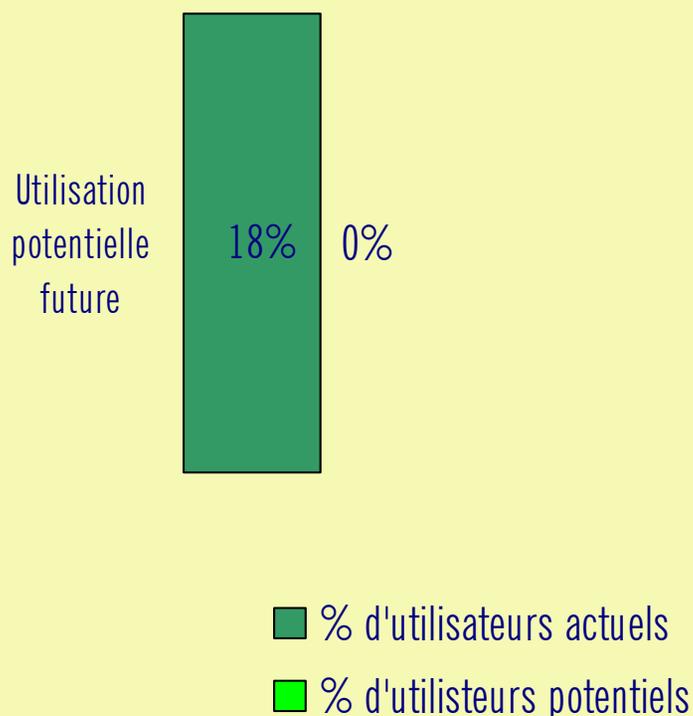


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne louent pas de matériel de bricolage. En particulier, les personnes âgées de 40 à 49 ans et les habitants de grandes villes sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps et de fréquence d'utilisation liés à ce problème.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location d'outils de bricolage— utilisation potentielle dans le futur



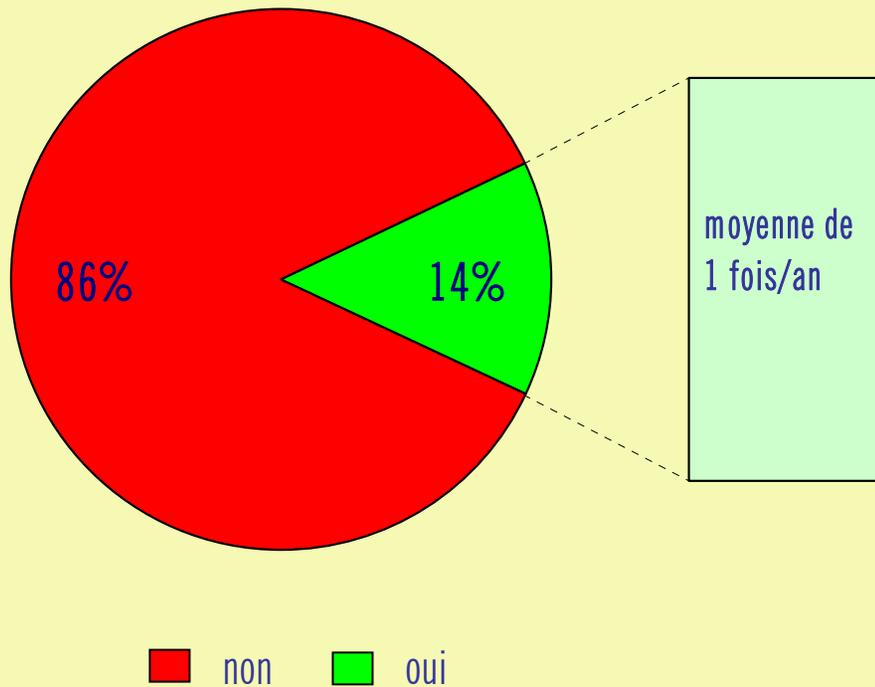
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location de matériel de jardinage – utilisation

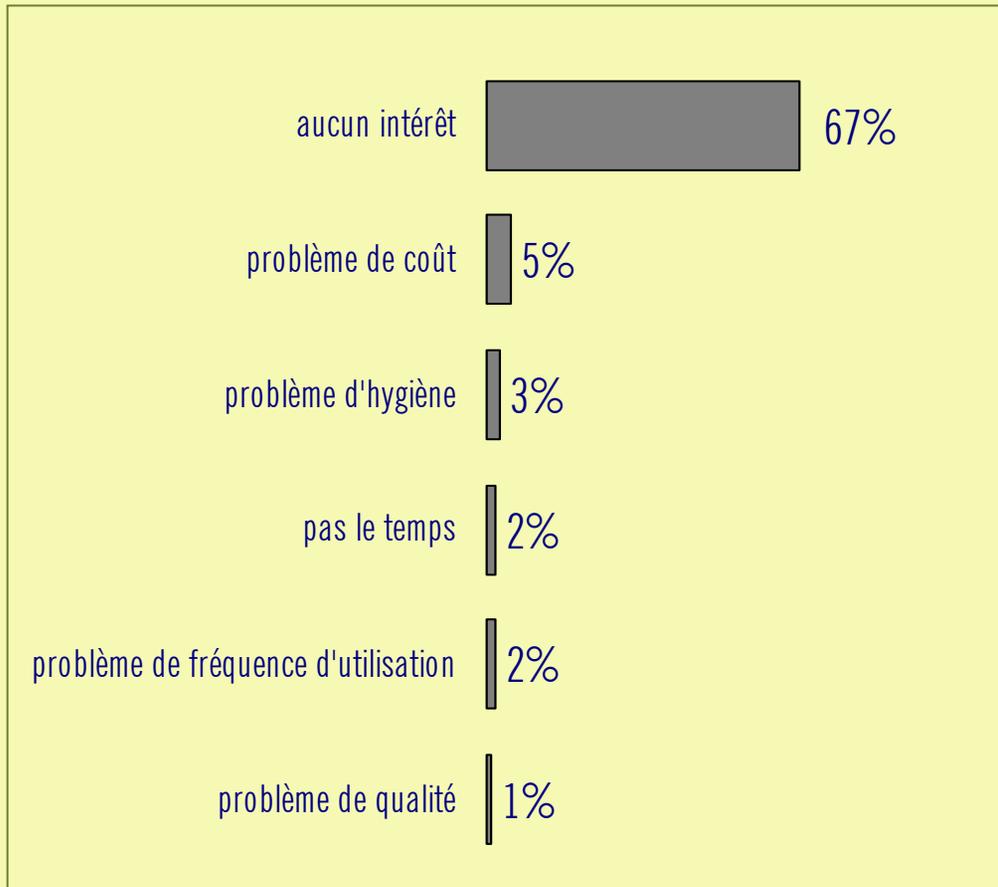


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur sept loue du matériel de jardinage au lieu de l'acheter. En particulier, les personnes âgées de 30 à 39 ans sont plus nombreuses à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer du matériel de jardinage environ une fois par an.

Base : échantillon total

Location de matériel de jardinage – les freins

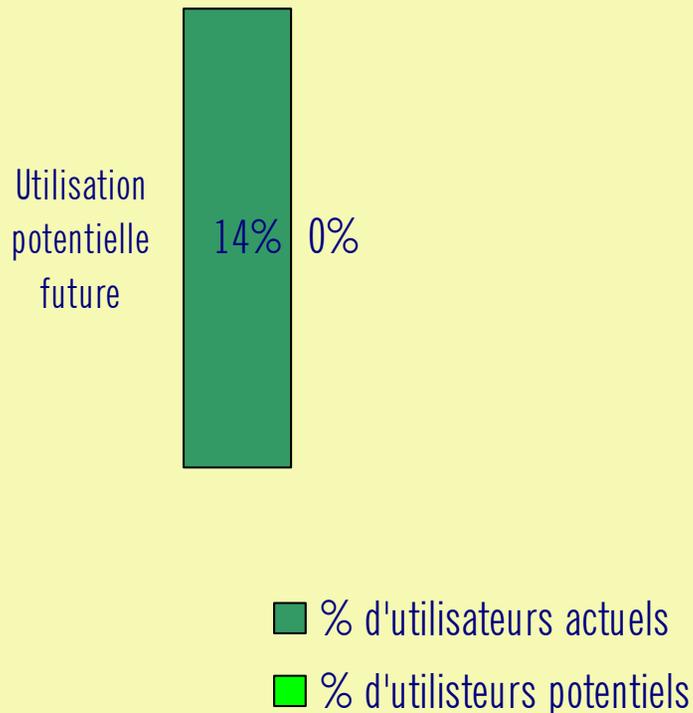


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne louent pas de matériel de jardinage. En particulier, les habitants de villes wallonnes sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût et d'hygiène liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de matériel de jardinage – utilisation potentielle dans le futur



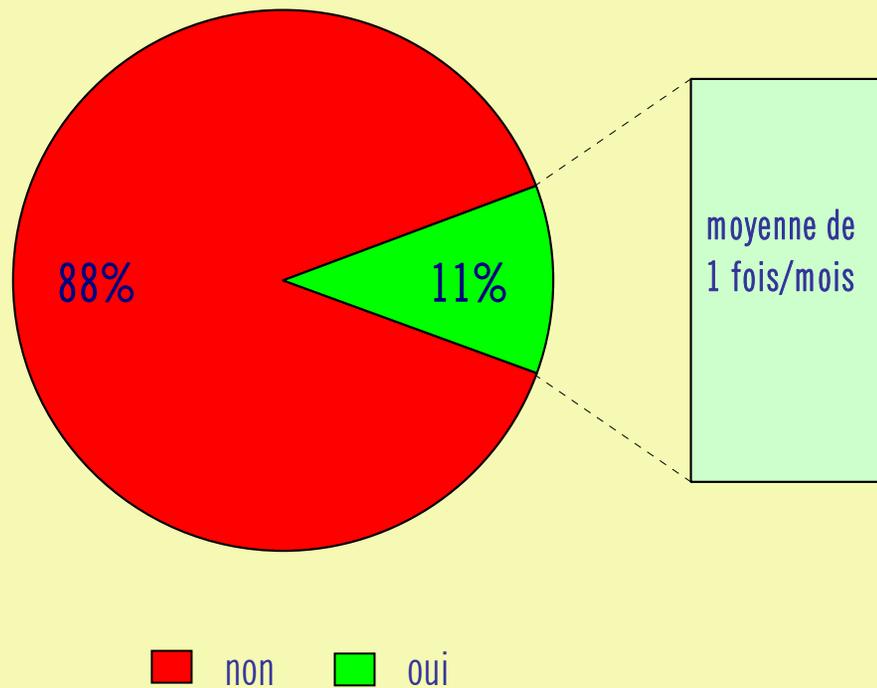
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Faire appel à un jardinier – utilisation

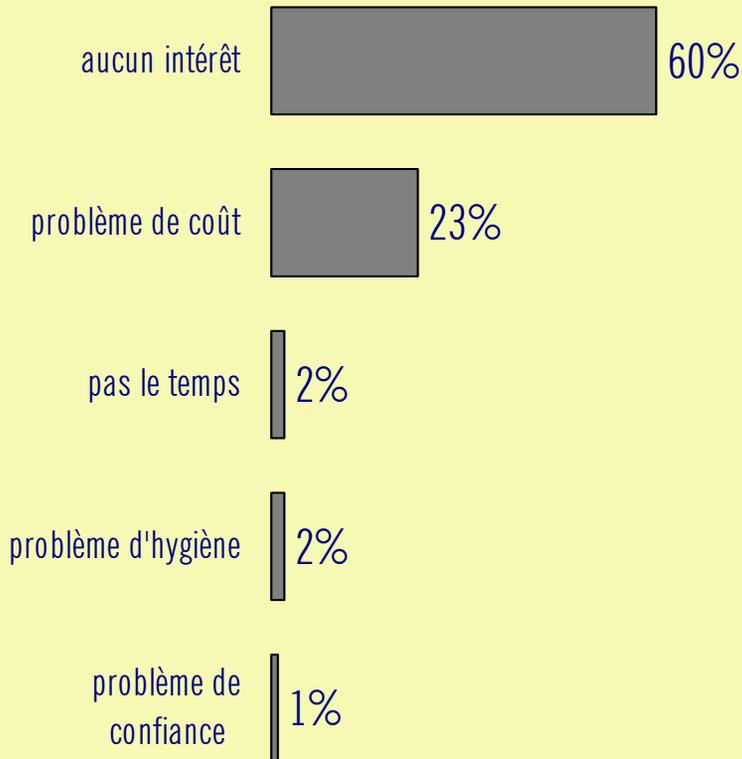


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur dix fait appel à un jardinier pour entretenir son jardin. Les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à leur faire appel.
- En moyenne, ceux-ci déclarent faire appel à un jardinier environ une fois par mois.

Base : échantillon total

Faire appel à un jardinier – les freins

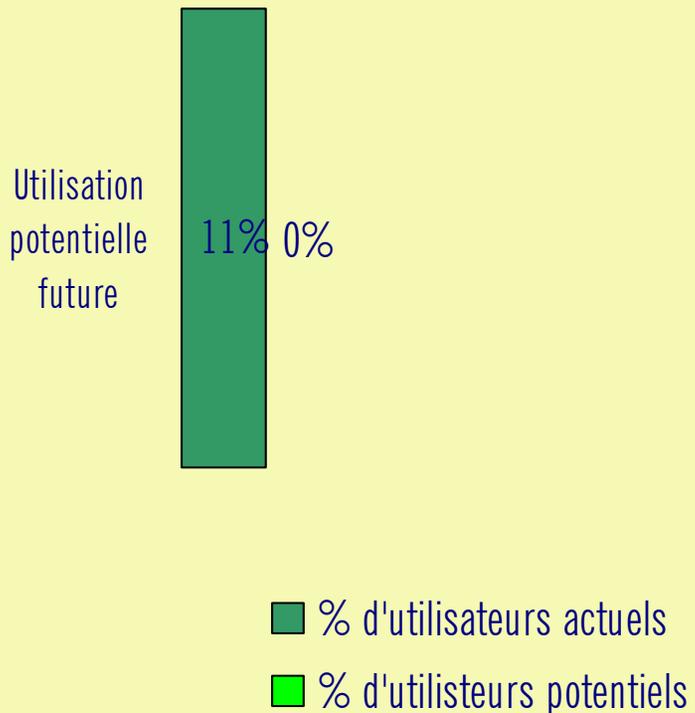


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne font pas appel à un jardinier pour entretenir leur jardin. En particulier, les personnes âgées de plus de 64 ans, les couples sans enfant et les habitants de villes wallonnes sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût, en particulier parmi les habitants de villes wallonnes et les groupes sociaux inférieurs.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Faire appel à un jardinier – utilisation potentielle dans le futur



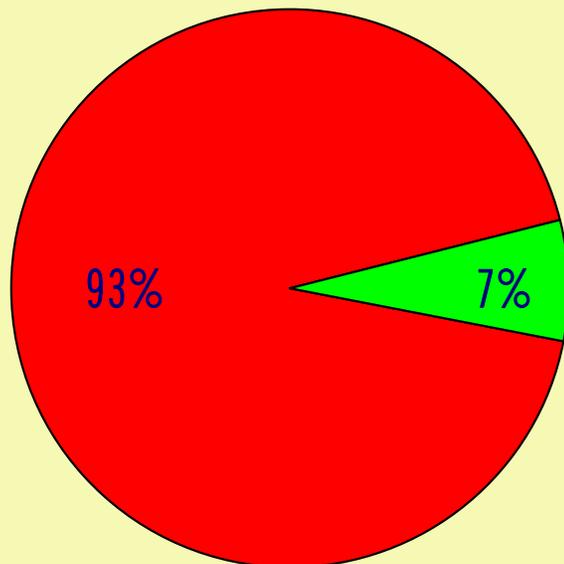
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Les langes lavables – utilisation



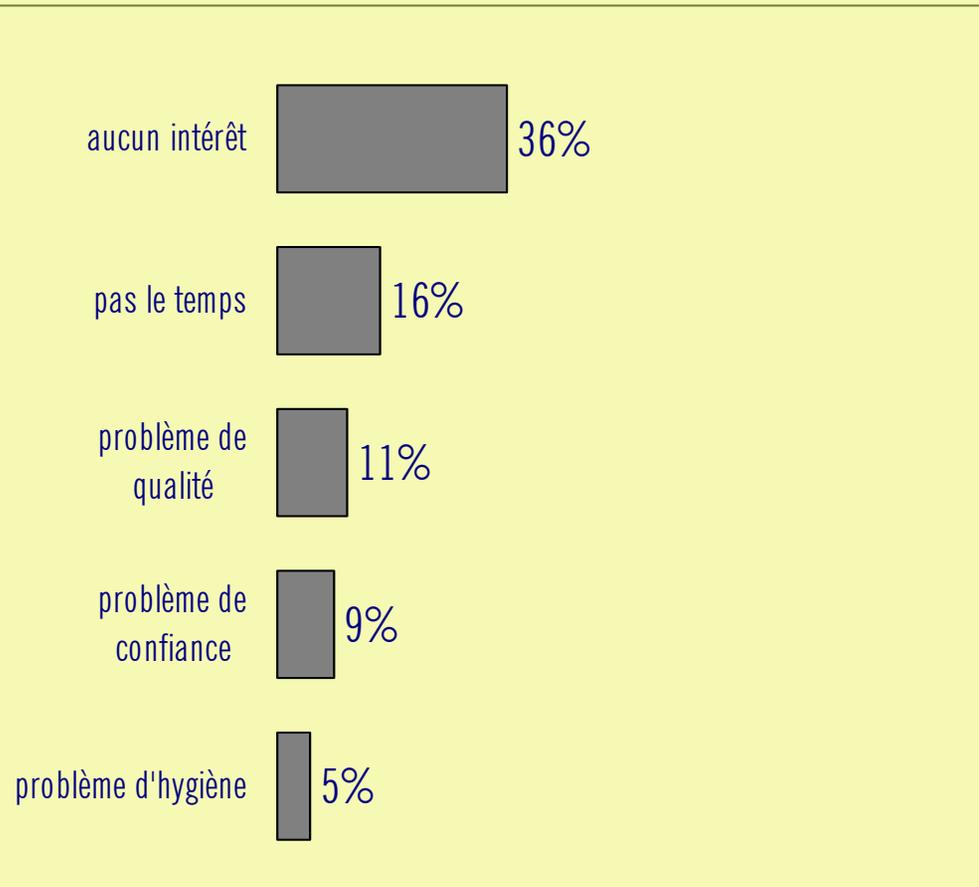
■ non ■ oui

➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- L'utilisation des langes lavables en remplacement des langes jetables est assez limitée actuellement en Wallonie. Seuls 7% des familles avec enfants en utilisent.

Base : familles avec enfants en bas âge

Les langes lavables – les freins

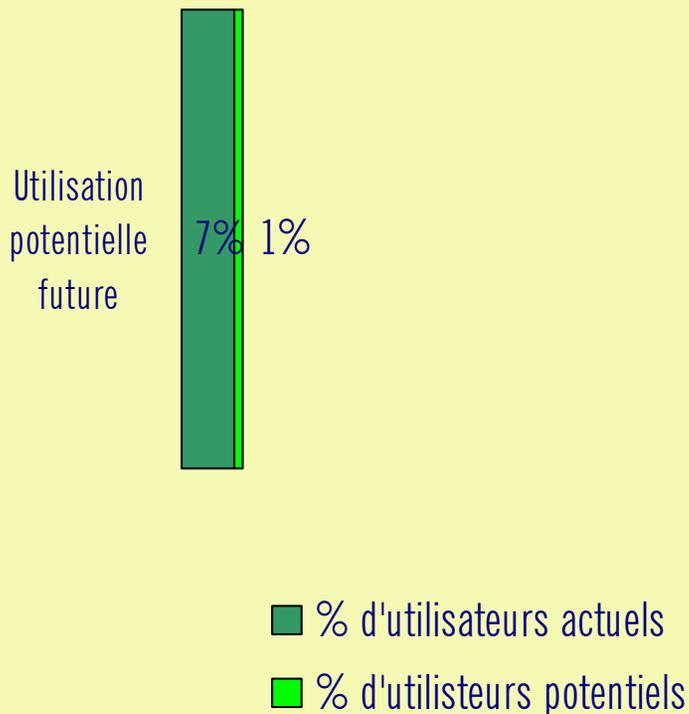


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les familles qui n'utilisent pas de langes lavables.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps, de qualité, de confiance et d'hygiène.

Base : familles avec enfants n'ayant pas recours à ce service

Les langes lavables – utilisation potentielle dans le futur



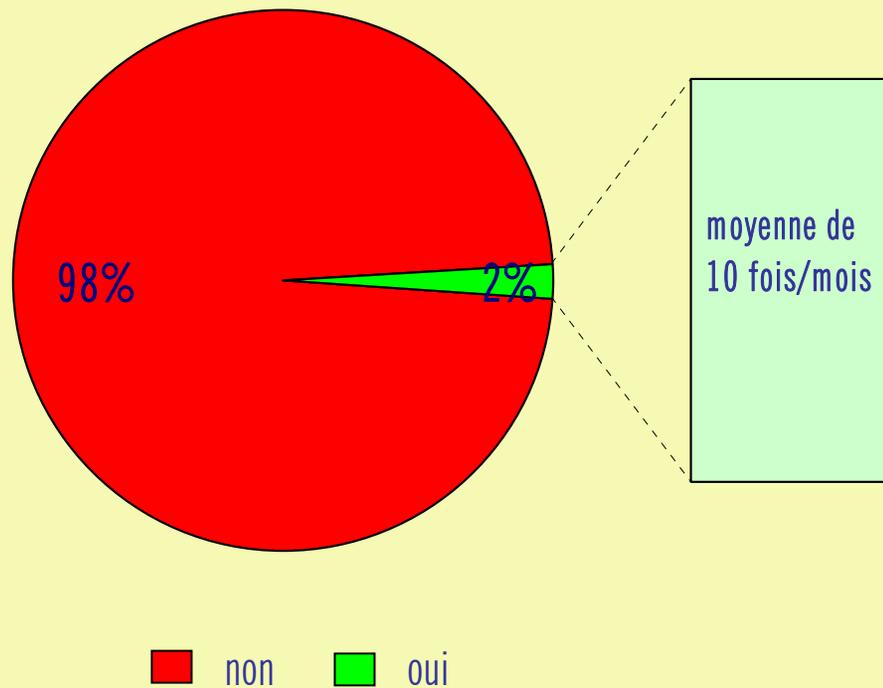
➤ Utilisation potentielle future

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : familles avec enfants

Service de location et de nettoyage de langes – utilisation

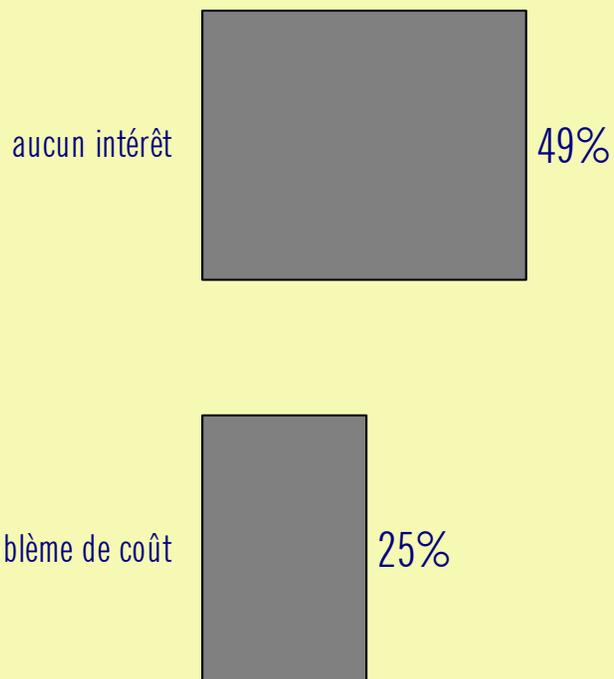


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Faire appel à un service de location et nettoyage de langes est une pratique assez limitée en Wallonie. Seuls 2% des familles avec enfants déclarent avoir recours à ce service.
- En moyenne, ceux-ci ont déclaré avoir fait appel à ce service dix fois par mois.
- Rem : il s'agit sans doute d'utilisation antérieures lorsque ces services étaient actifs (ce n'est plus le cas actuellement).

Base : familles avec enfants

Service de location et de nettoyage de langes – les freins

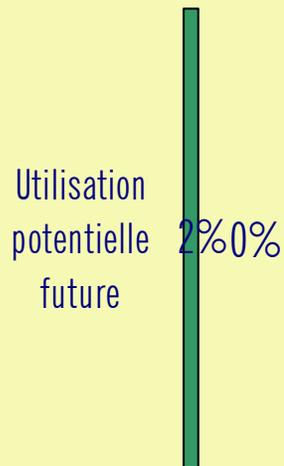


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont pas recours à un service de location et de nettoyage de langes.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût liés à ce service.

Base : familles avec enfants n'ayant pas recours à ce service

Service de location et de nettoyage de langes – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

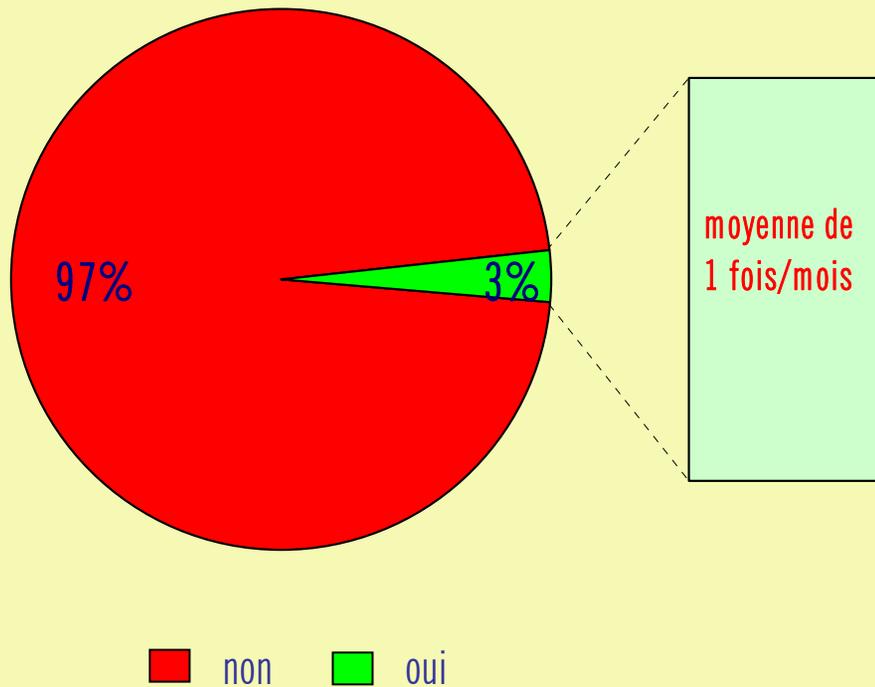
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : familles avec enfants

Location de matériel de puériculture – utilisation

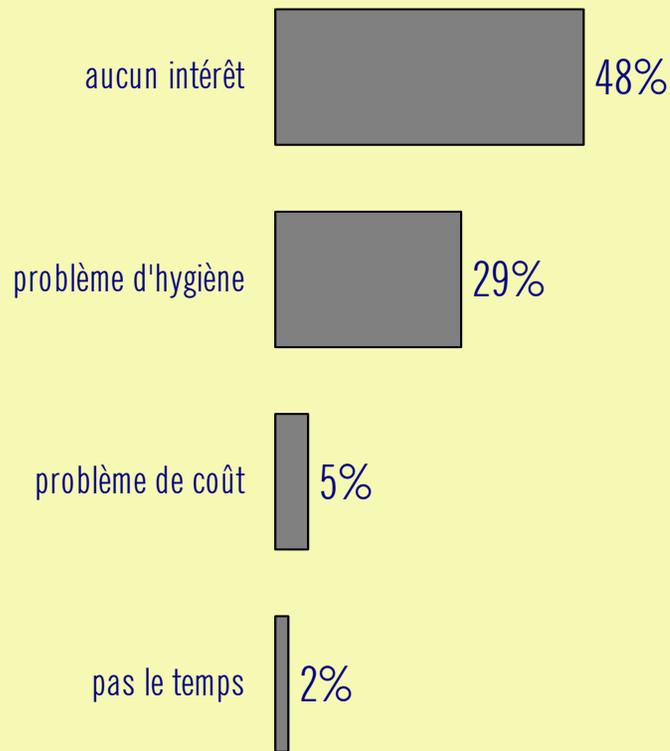


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Seuls 3% des familles avec enfants louent du matériel de puériculture.
- En moyenne, ceux-ci ont déclaré avoir loué du matériel de puériculture deux fois au cours des deux derniers mois.

Base : familles avec enfants

Location de matériel de puériculture – les freins

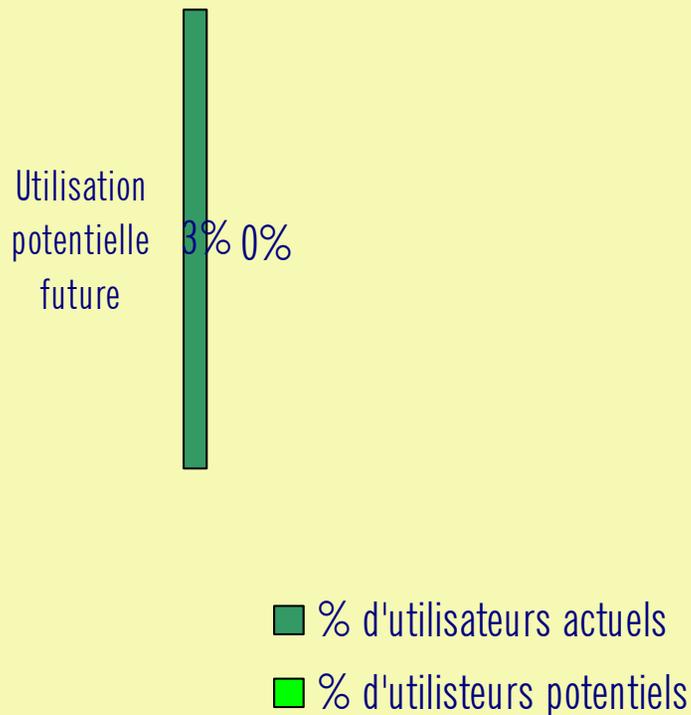


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les familles qui n'ont jamais loué de matériel de puériculture.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes d'hygiène et de coût.

Base : familles avec enfants n'ayant pas recours à ce service

Location de matériel de puériculture – utilisation potentielle dans le futur



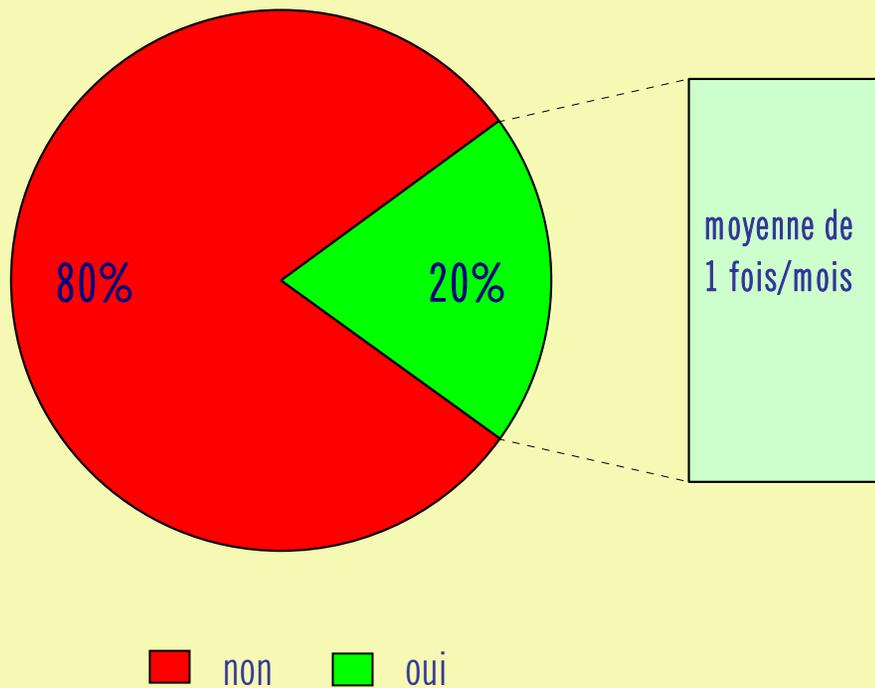
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : familles avec enfants

Location de jeux – utilisation

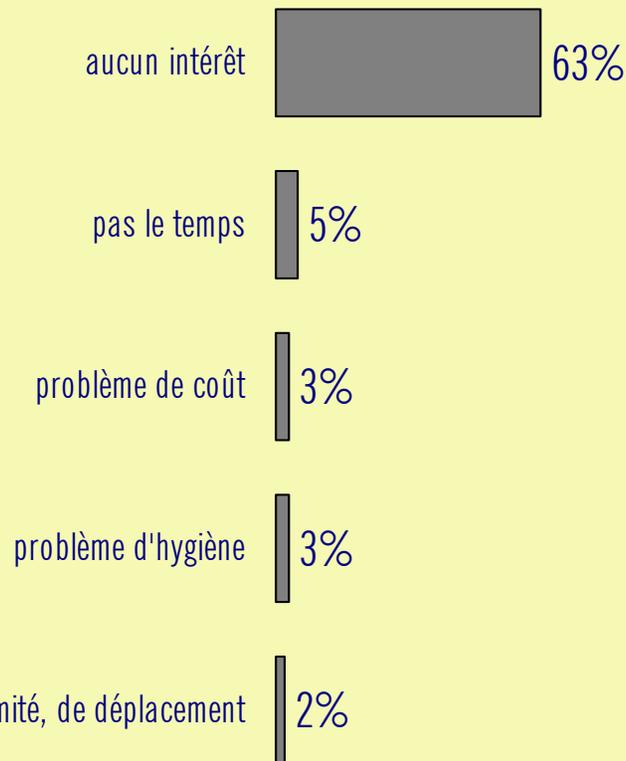


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur cinq loue des jeux dans une ludothèque. En particulier, les personnes âgées de 18 à 29 ans, les habitants de communes rurales et de banlieues et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer des jeux une fois par mois.

Base : échantillon total

Location de jeux – les freins

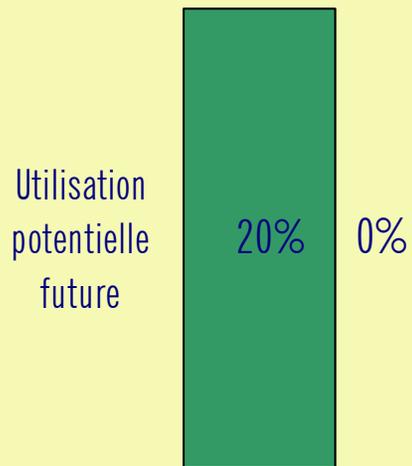


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont jamais loué de jeux dans une ludothèque. En particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans et les couples sans enfant sont plus nombreux à ne pas y voir d'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également un manque de temps (surtout parmi les ménages de 4 personnes), des problèmes de coût et d'hygiène.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de jeux – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

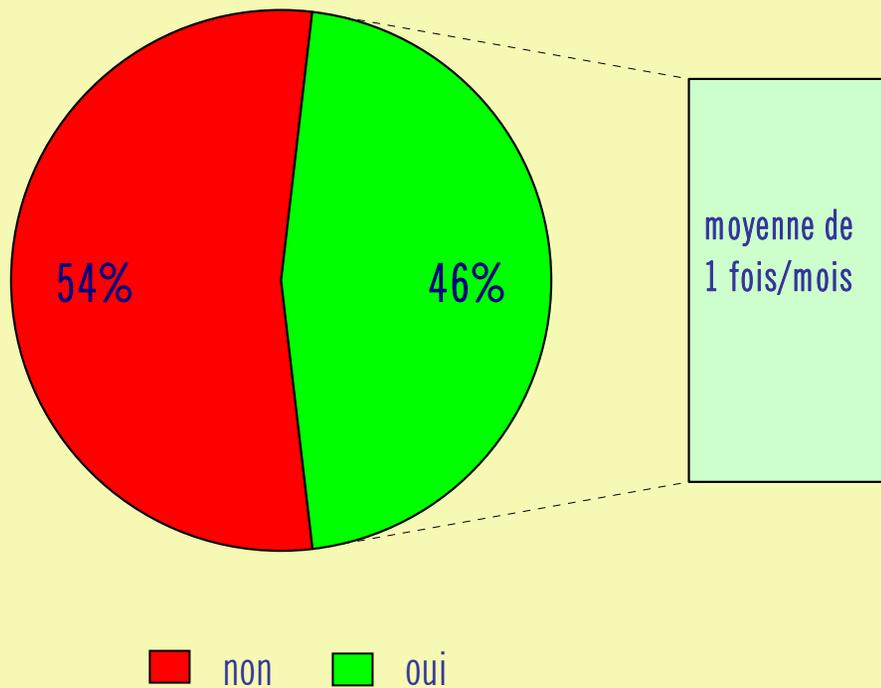
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location de livres – utilisation

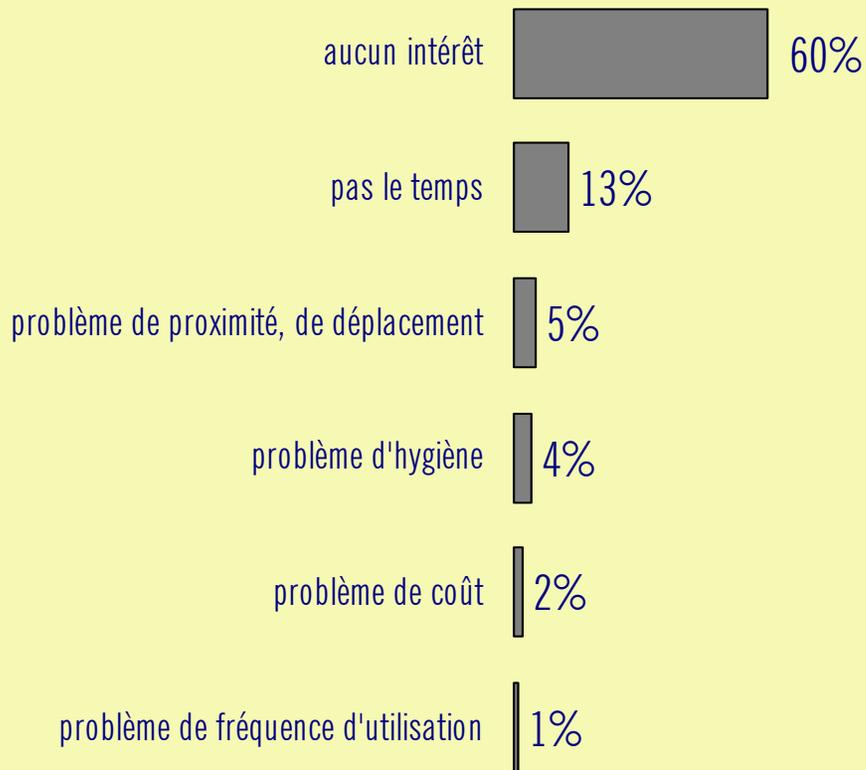


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Près d'un wallon sur deux loue des livres dans une bibliothèque. En particulier, les habitants de banlieues et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer des livres une fois par mois.

Base : échantillon total

Location de livres – les freins

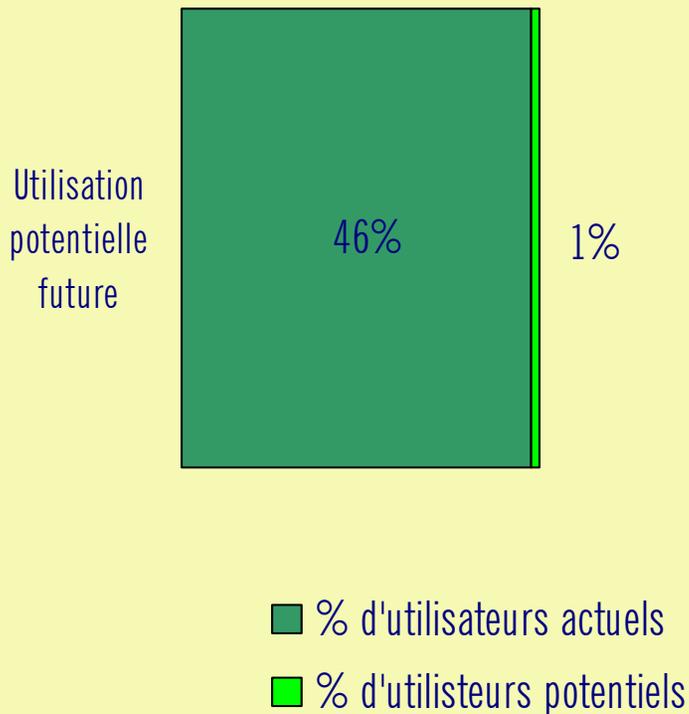


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont jamais loué de livres dans une bibliothèque.
- Dans une moindre mesure, ils citent également un manque de temps (surtout parmi les groupes sociaux supérieurs), des problèmes de proximité et d'hygiène.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de livres – utilisation potentielle dans le futur



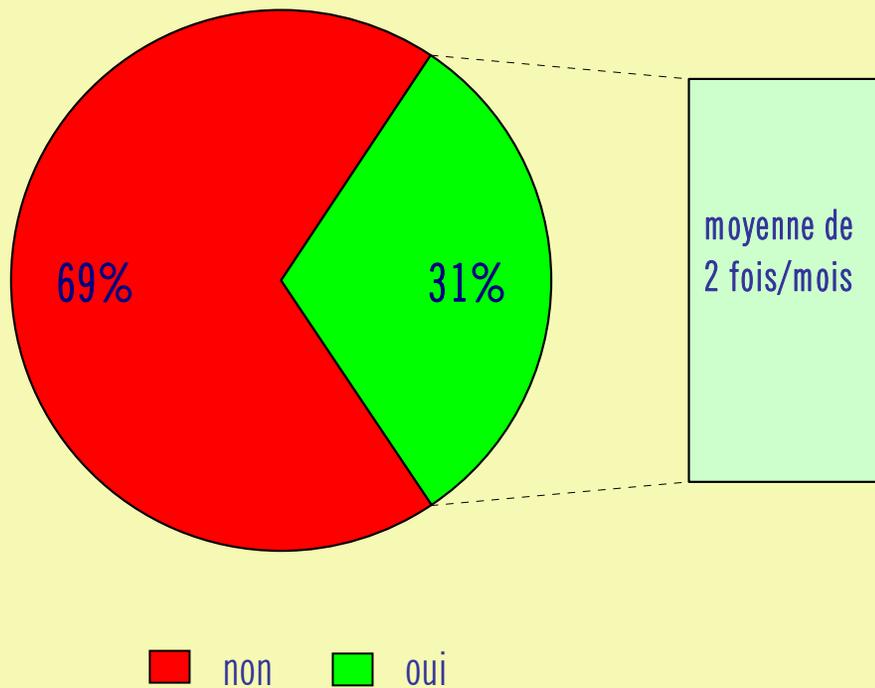
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location de CD, DVD – utilisation

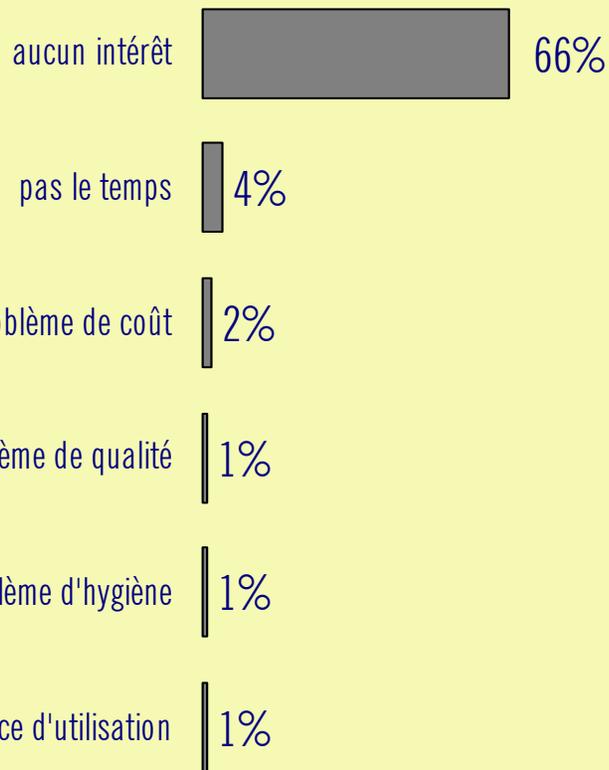


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Près d'un wallon sur trois loue des CD, DVD. En particulier, les personnes âgées de 30 à 39 ans, les habitants de petites localités et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer des CD, DVD deux fois par mois.

Base : échantillon total

Location de CD, DVD – les freins

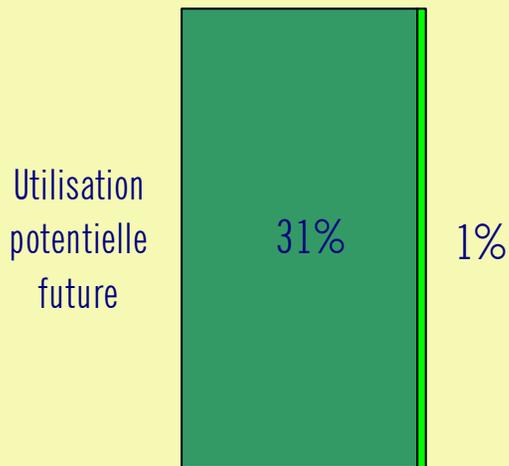


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont jamais loué de CD, DVD. En particulier, les couples sans enfant n'y voient pas d'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également un manque de temps (surtout parmi les groupes sociaux supérieurs).

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de CD, DVD – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

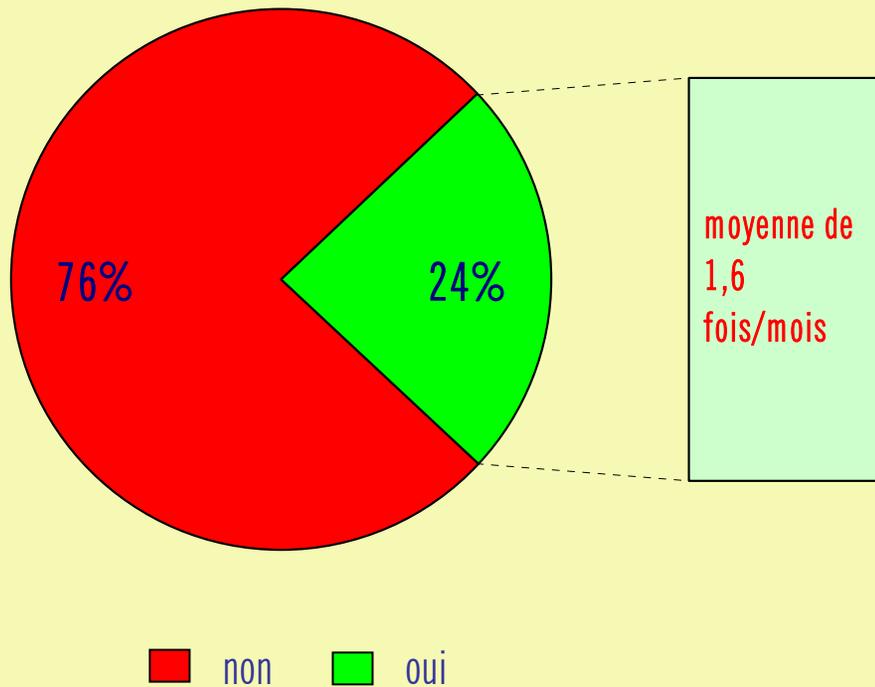
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location de vaisselle lors d'une fête – utilisation

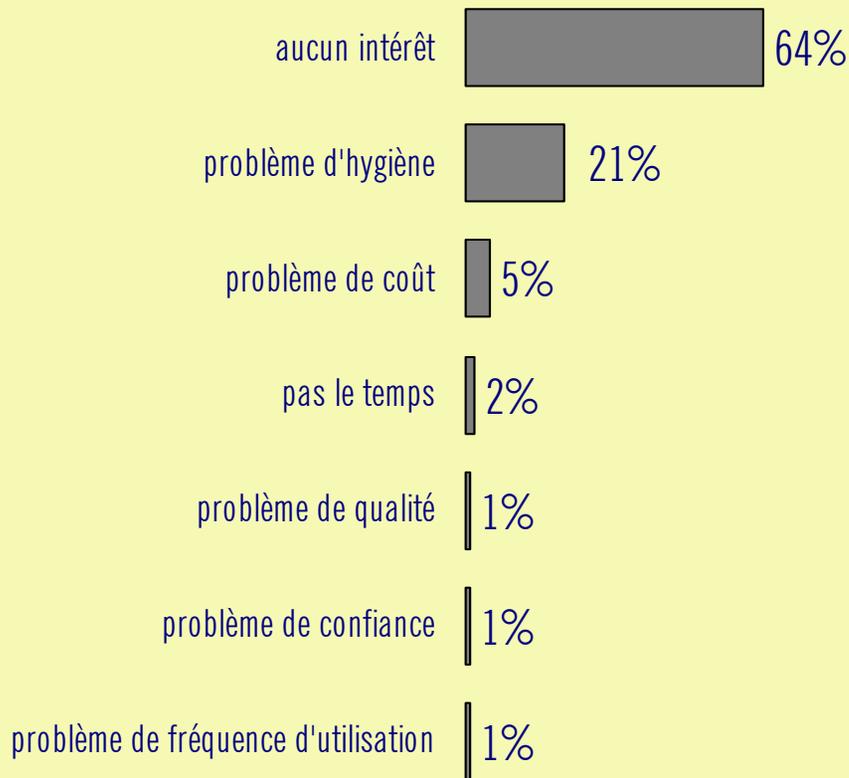


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur quatre loue de la vaisselle lorsqu'il organise une fête plutôt que d'acheter de la vaisselle jetable. En particulier, les non responsables d'achat, les personnes âgées de 18 à 29 ans, les habitants de petites localités et de communes rurales et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer de la vaisselle pour des fêtes une à deux fois par mois.

Base : échantillon total

Location de vaisselle lors d'une fête – les freins

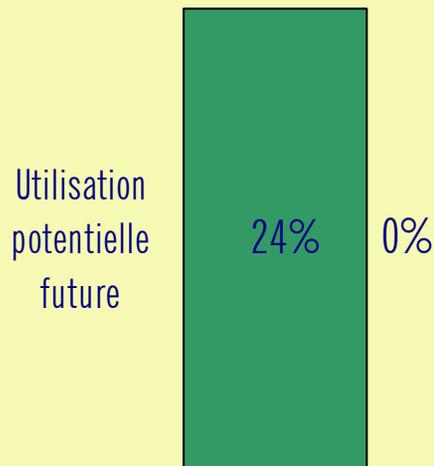


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne louent pas de vaisselle lors d'une fête. En particulier, les personnes âgées de 30 à 39 ans sont moins nombreuses à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes d'hygiène (surtout parmi les habitants de villes wallonnes) et de coût liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de vaisselle lors d'une fête— utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

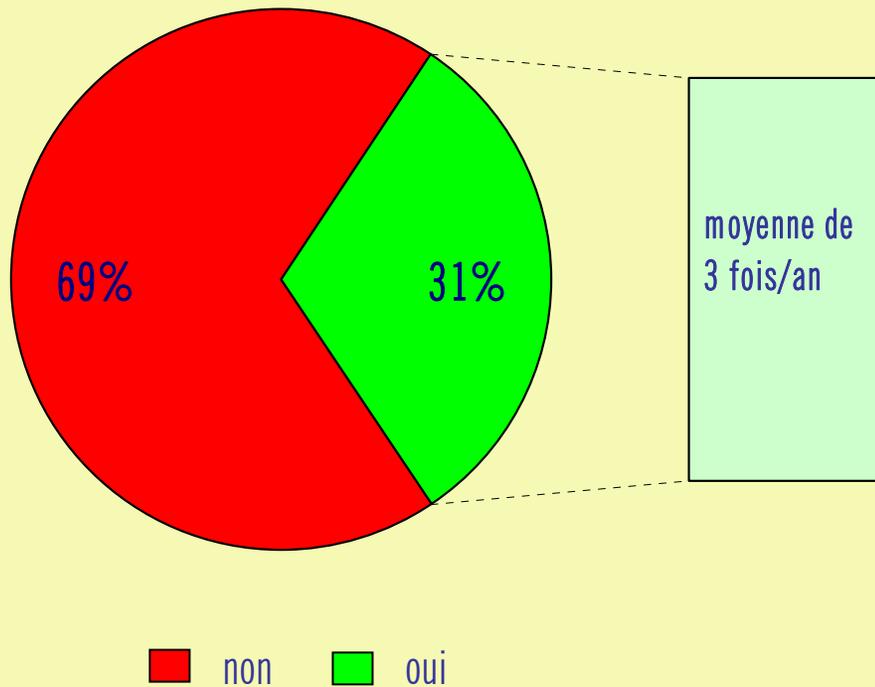
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location de vêtements de cérémonie – utilisation

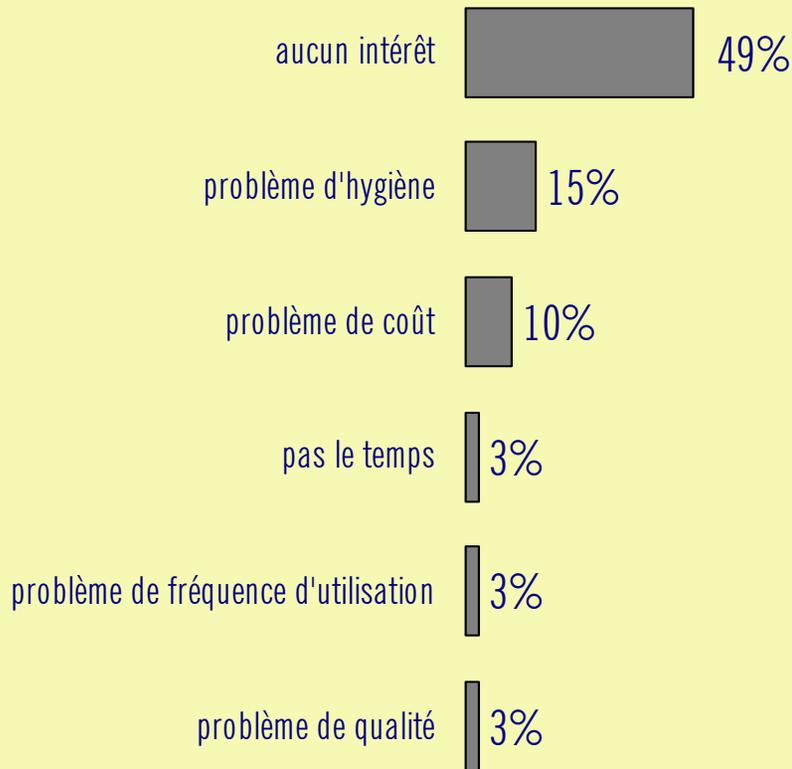


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Trois wallons sur dix louent des vêtements de cérémonie au lieu de les acheter.
- En moyenne, ceux-ci déclarent en louer environ trois fois par an.

Base : échantillon total

Location de vêtements de cérémonie – les freins

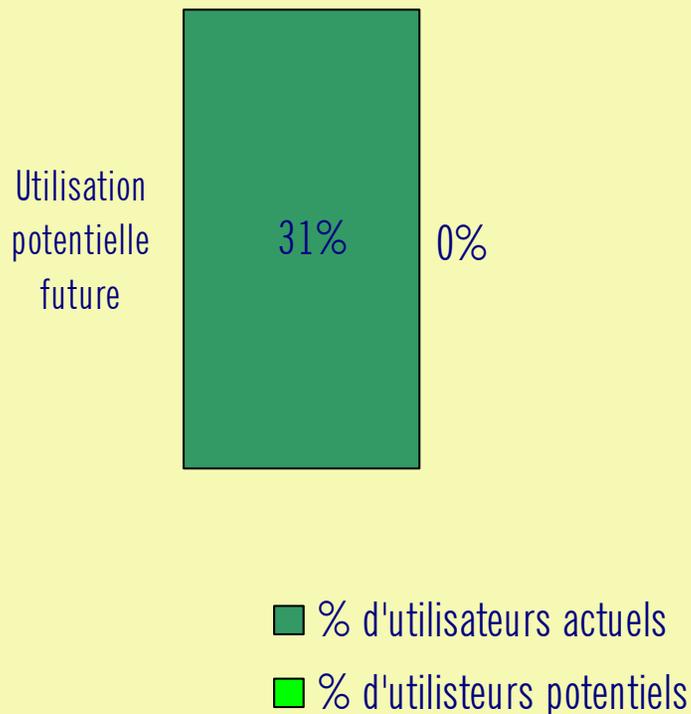


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne louent pas de vêtements de cérémonie. En particulier, les groupes sociaux moyens sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes d'hygiène (en particulier parmi les habitants des villes wallonnes centrales) et de coût.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de vêtements de cérémonie – utilisation potentielle dans le futur



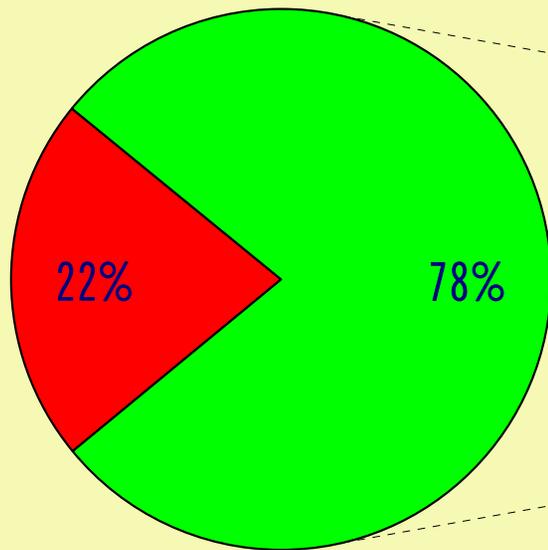
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi est interrogant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Les cadeaux « non matériels » – utilisation



■ non ■ oui

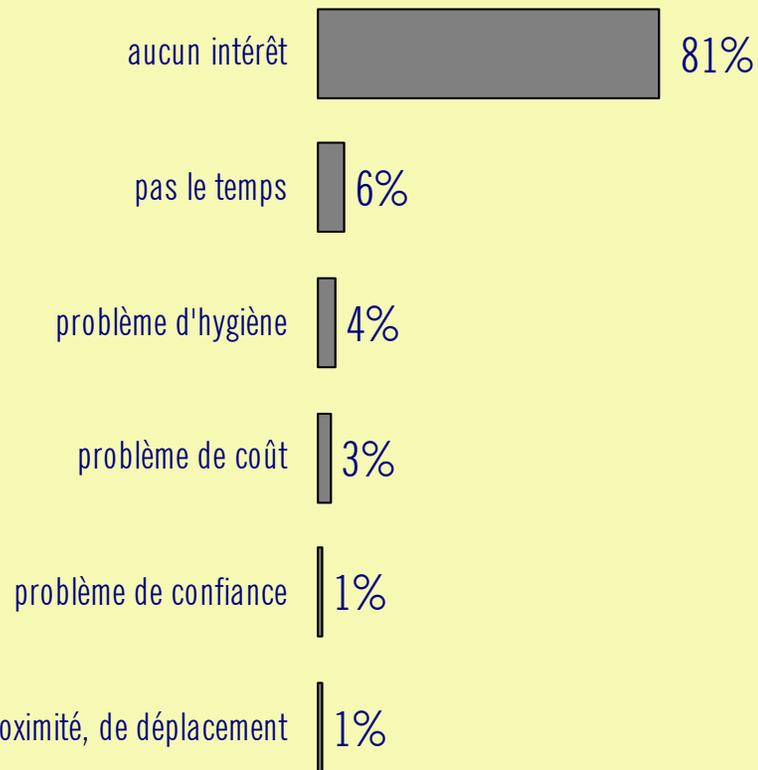
moyenne de
0,5
fois/mois

➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus de trois wallons sur quatre ont déjà offert un cadeau « non matériel » tel qu' une place de spectacle ou un abonnement sportif. En particulier, les célibataires, les ménages de 4 personnes, les habitants de villes, les groupes sociaux inférieurs et supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent offrir de tels cadeaux environ une fois tous les deux mois.

Base : échantillon total

Les cadeaux « non matériels » – les freins

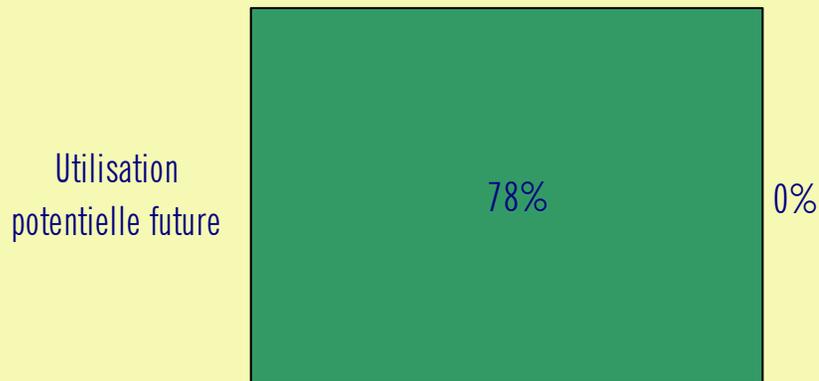


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'offrent pas de cadeaux « non matériels ». En particulier, les personnes âgées de 40 à 49 ans et les ménages de 3 personnes sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps, d'hygiène et des problèmes de coût.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Les cadeaux « non matériels » – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

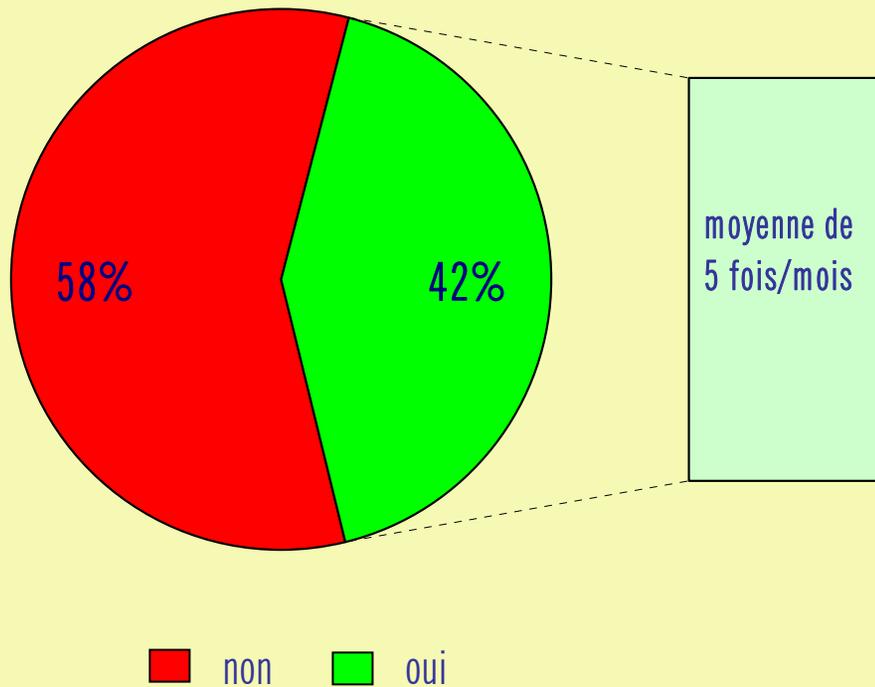
➤ Utilisation potentielle future

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Les transports en commun – utilisation

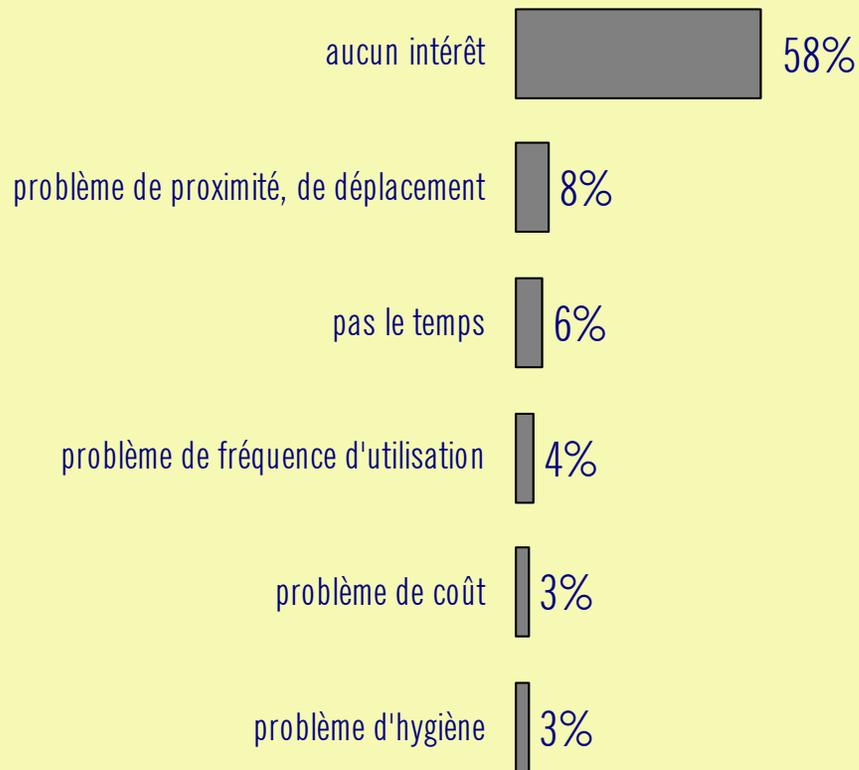


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Quatre wallons sur dix déclarent utiliser les transports en commun plutôt que la voiture pour leurs déplacements. En particulier, les personnes âgées de 65 ans et plus, les habitants des villes wallonnes et les groupes sociaux inférieurs sont plus nombreux à les utiliser.
- En moyenne, ceux-ci déclarent utiliser les transports en commun cinq fois par mois.

Base : échantillon total

Les transports en commun – les freins

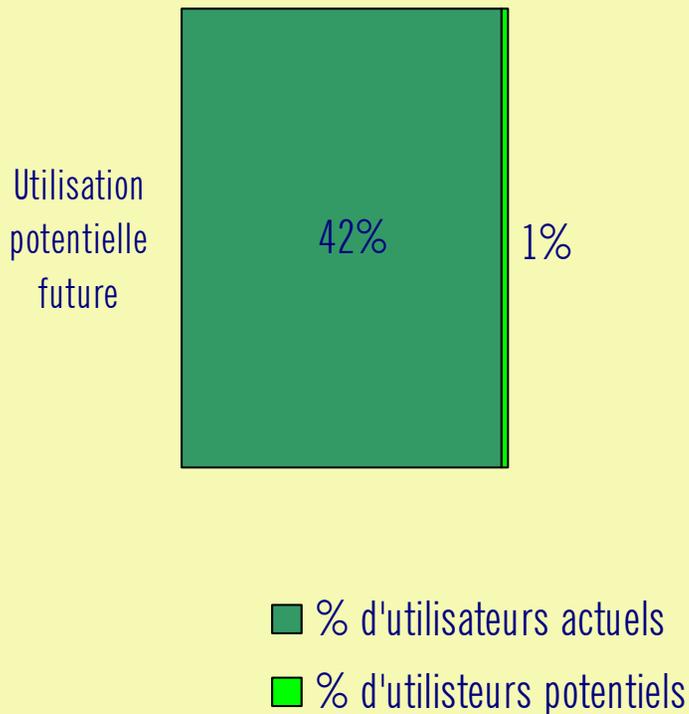


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'empruntent pas les transports en commun. En particulier, les habitants des villes wallonnes et les groupes sociaux moyens sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de proximité, de déplacement et le manque de temps.
- Certains citent également des problèmes de fréquence d'utilisation, de coût et d'hygiène.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Les transports en commun – utilisation potentielle dans le futur



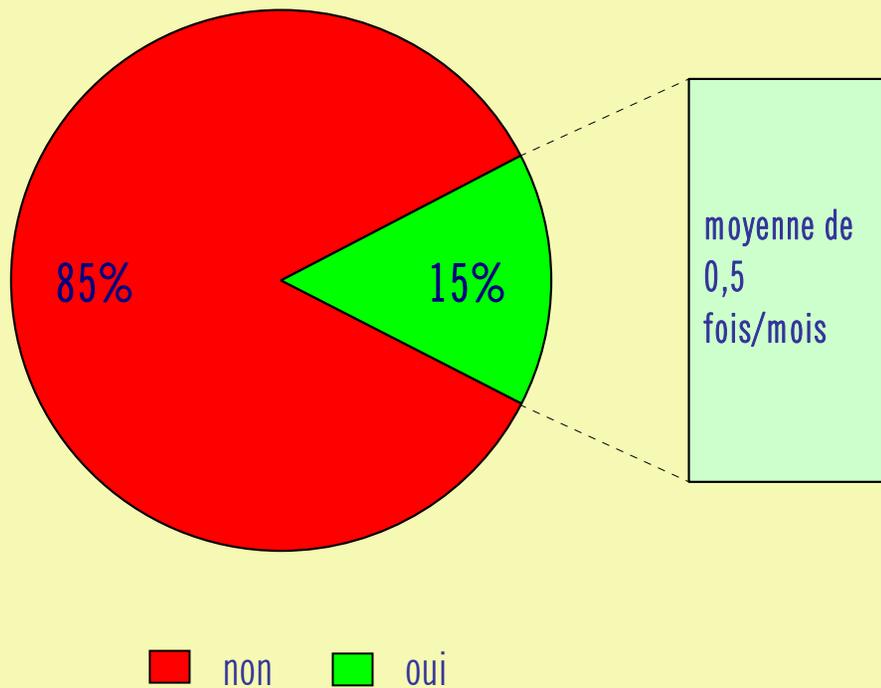
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location d'une voiture – utilisation

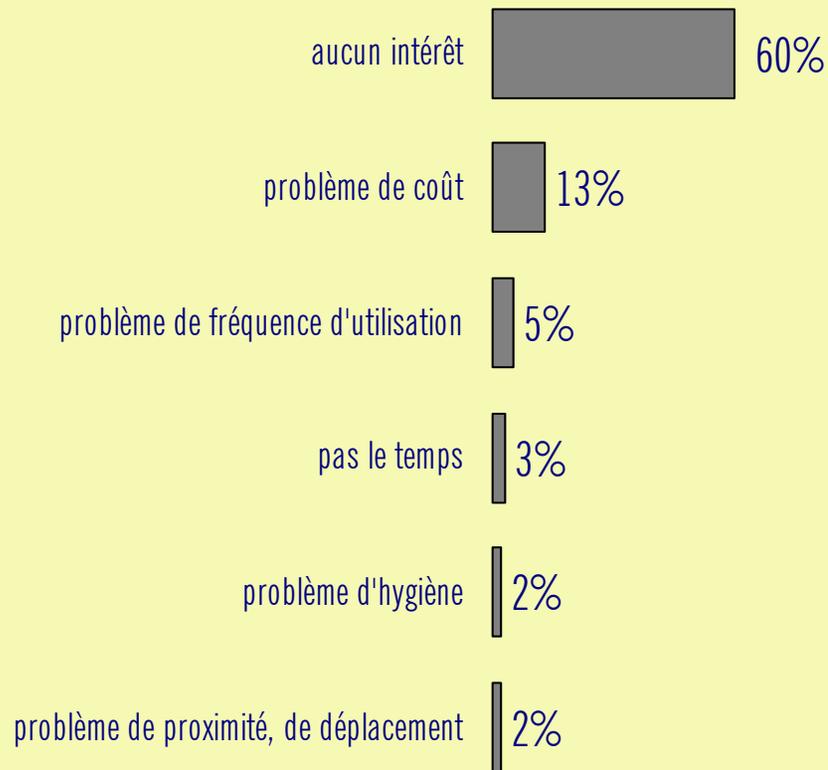


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- 15% des wallons louent une voiture quand ils en ont besoin plutôt que d'en acheter une.
- En moyenne, ceux-ci louent une voiture environ une fois tous les deux mois.

Base : échantillon total

Location d'une voiture – les freins

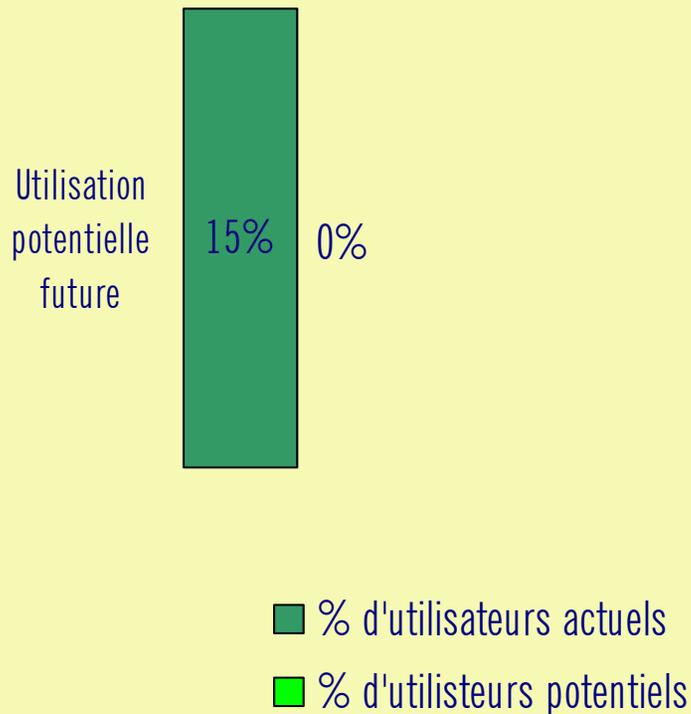


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne louent pas leur voiture. En particulier, les habitants de villes wallonnes centrales sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils évoquent également des problèmes de coût, de fréquence d'utilisation et de manque de temps liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location d'une voiture – utilisation potentielle dans le futur



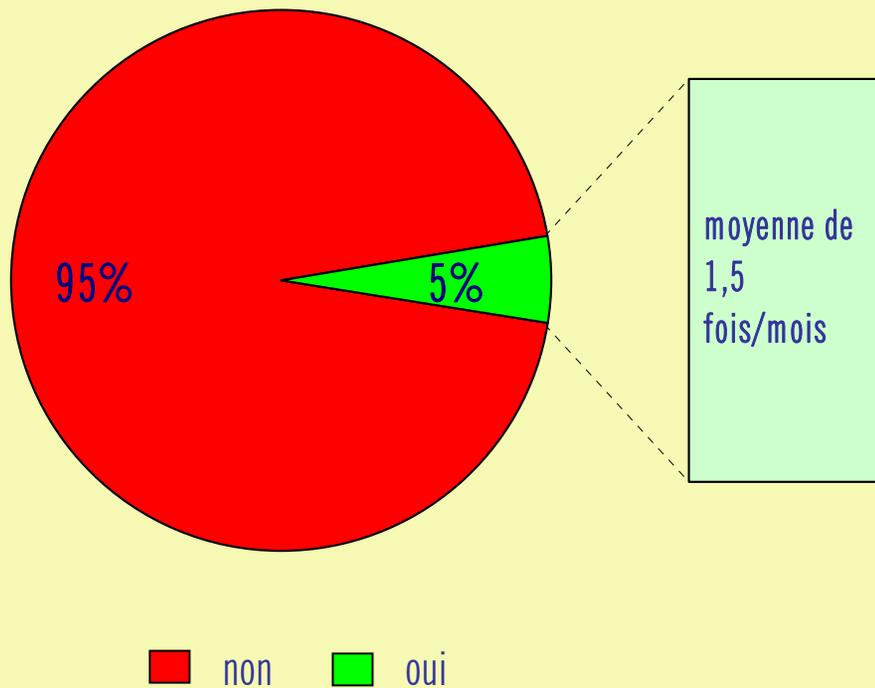
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de ce service est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location d'une voiture (carsharing) – utilisation



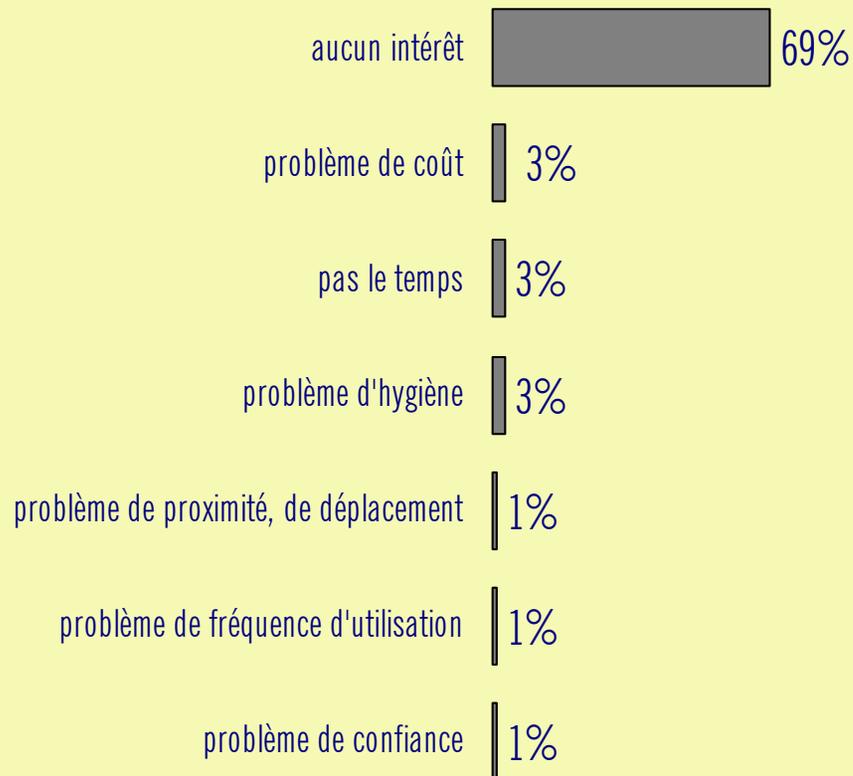
➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Seul un wallon sur vingt participe à un système de carsharing.
- En moyenne, ceux-ci y participent entre une et deux fois par mois.

Le « carsharing » est un système d'abonnement donnant droit à l'utilisation de voitures. Le paiement se fait en fonction des kilomètres parcourus.

Base : échantillon total

Location d'une voiture (carsharing) – les freins

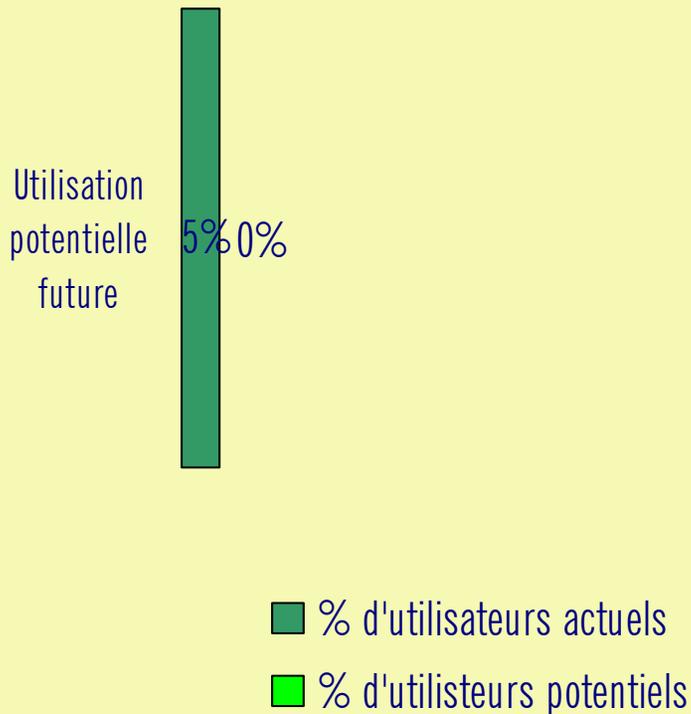


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne participent pas à un système de carsharing. En particulier, les groupes sociaux inférieurs, les personnes âgées de plus de 64 ans, les couples sans enfant et les habitants de villes wallonnes sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût, de temps et d'hygiène.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location d'une voiture (carsharing) – utilisation potentielle dans le futur



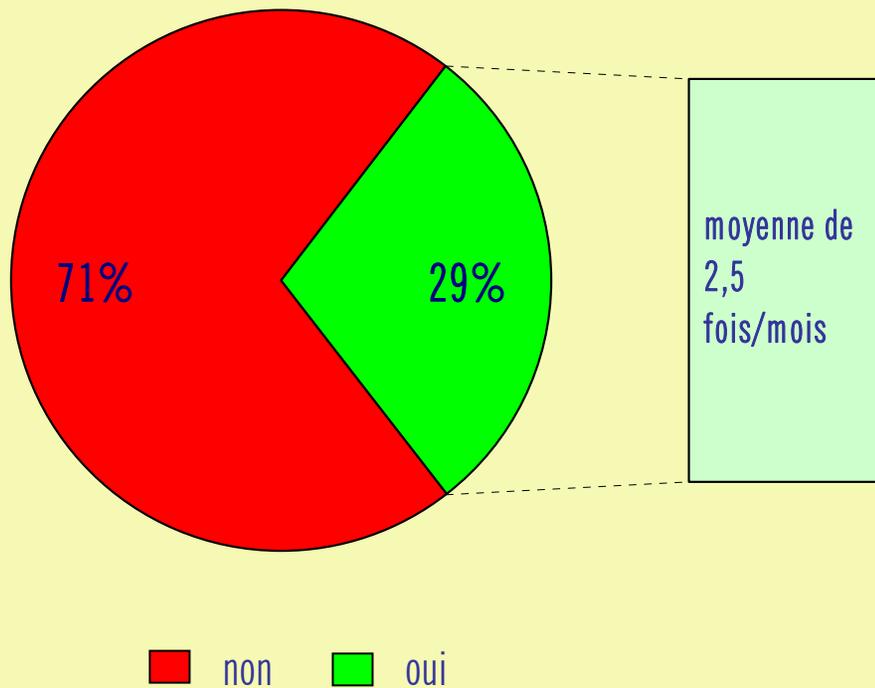
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Co-voiturage – utilisation



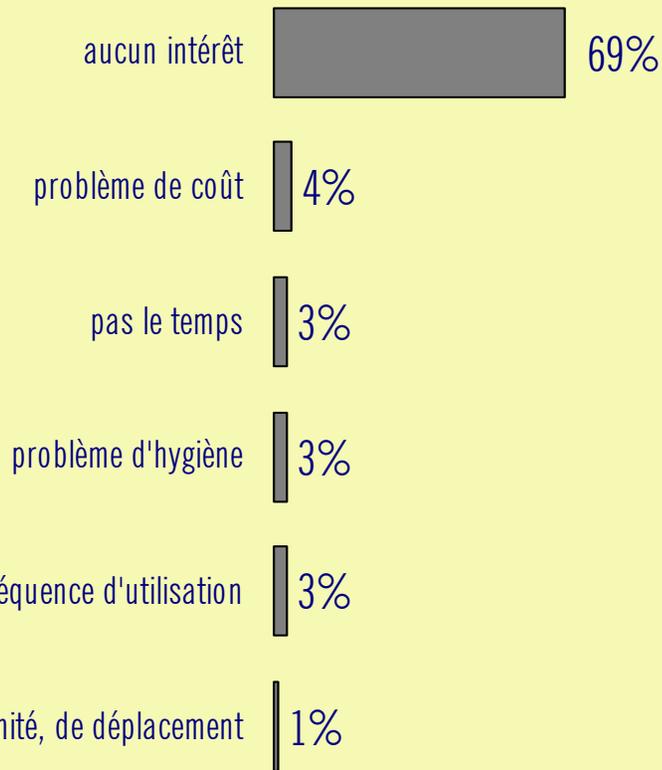
➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur trois participe à un système de co-voiturage. En particulier, les ménages de 4 personnes et les habitants de villes wallonnes sont plus nombreux à y participer.
- En moyenne, ceux-ci le pratiquent entre deux et trois fois par mois.

Le co-voiturage est un système de partage de véhicules entre amis, collègues ou organisé avec réservation de sa place via des sociétés spécialisées.

Base : échantillon total

Co-voiturage – les freins

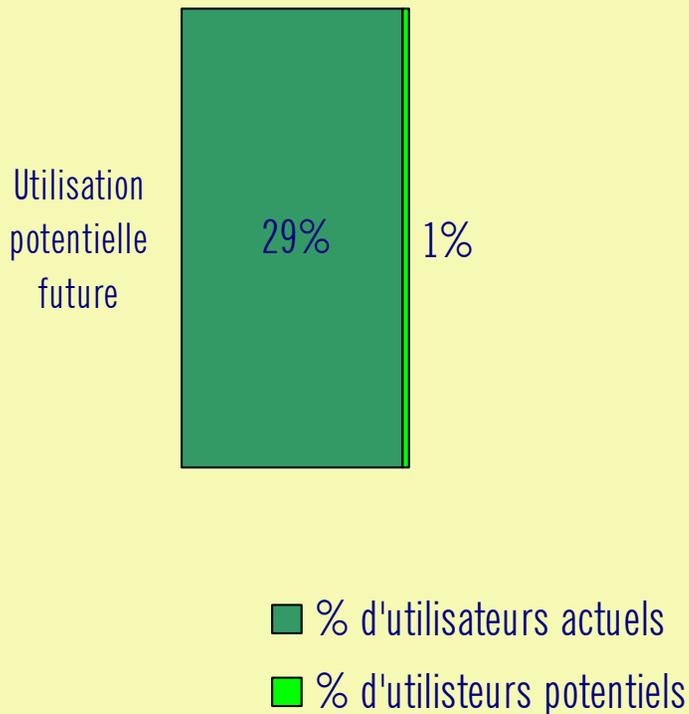


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne participent pas à un système de co-voiturage. En particulier, les groupes sociaux inférieurs, les personnes âgées de 40 à 49 ans et les habitants de grandes villes sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût, de manque de temps, d'hygiène et de fréquence d'utilisation. Les personnes âgées de 18 à 29 ans, les habitants de communes rurales et de villes dortoirs accordent plus d'importance au problème de coût liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Co-voiturage – utilisation potentielle dans le futur



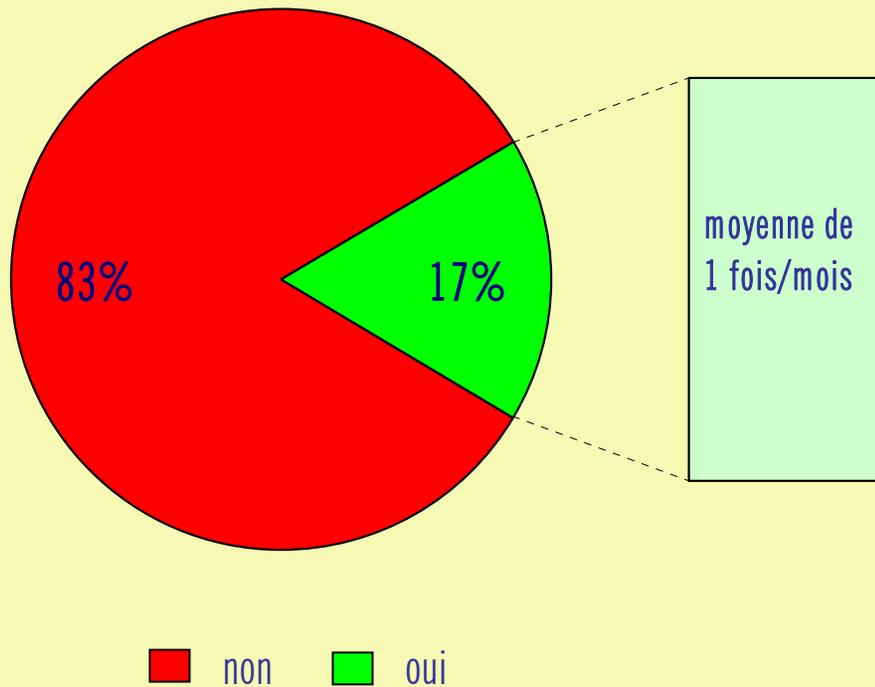
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location de vélo – utilisation

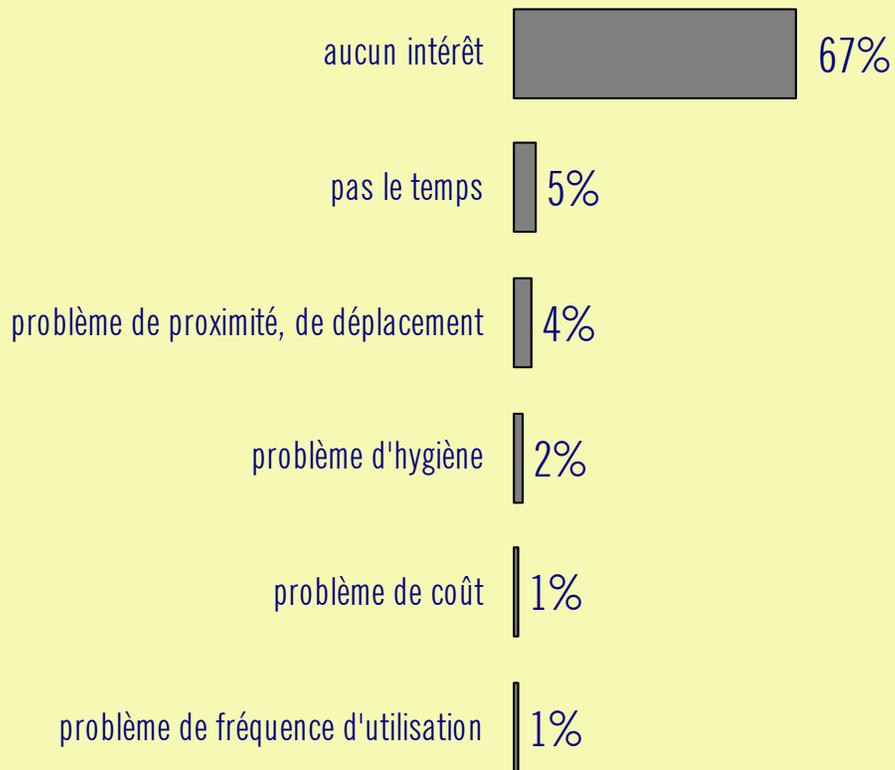


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- 17% des wallons déclarent utiliser les vélos mis à disposition dans les villes au départ des stations de métro, de gares,.... En particulier, les personnes âgées de 18 à 29 ans et les groupes sociaux inférieurs sont plus nombreux à les utiliser.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer des vélos une fois par mois.

Base : échantillon total

Location de vélo – les freins

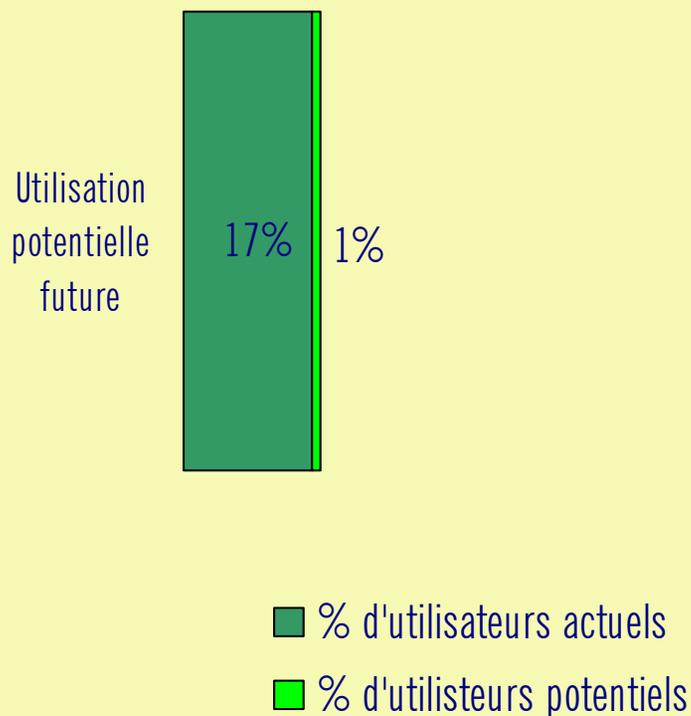


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne louent pas de vélos mis à disposition à proximité des transports en commun. En particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans, les couples sans enfant, les habitants des villes wallonnes et les groupes sociaux moyens sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps et de proximité, de déplacement.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location de vélo – utilisation potentielle dans le futur



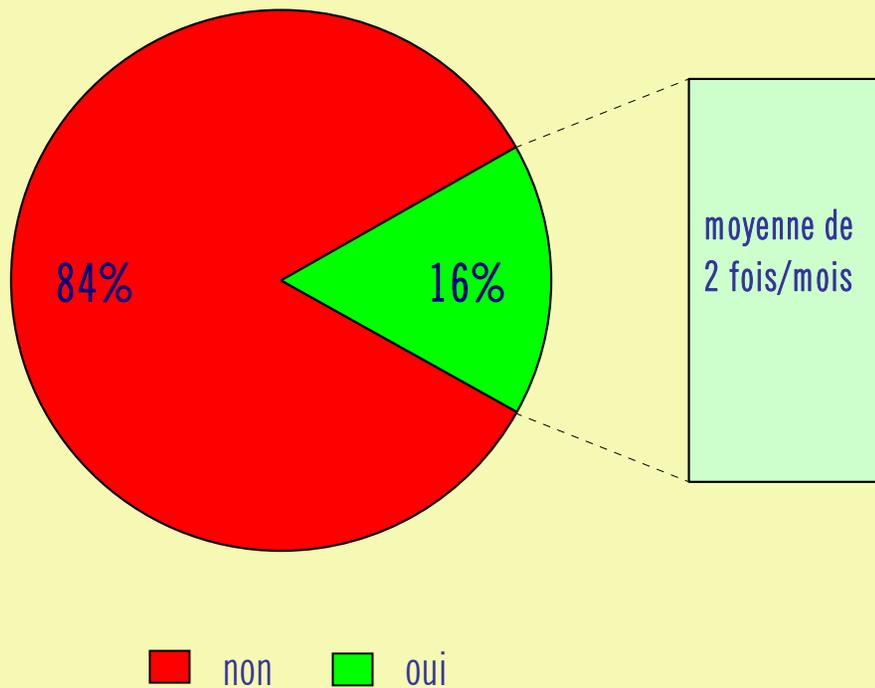
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%. En particulier, les habitants des communes rurales sont plus nombreux à être des utilisateurs potentiels (13%).
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Le cybercafé – utilisation

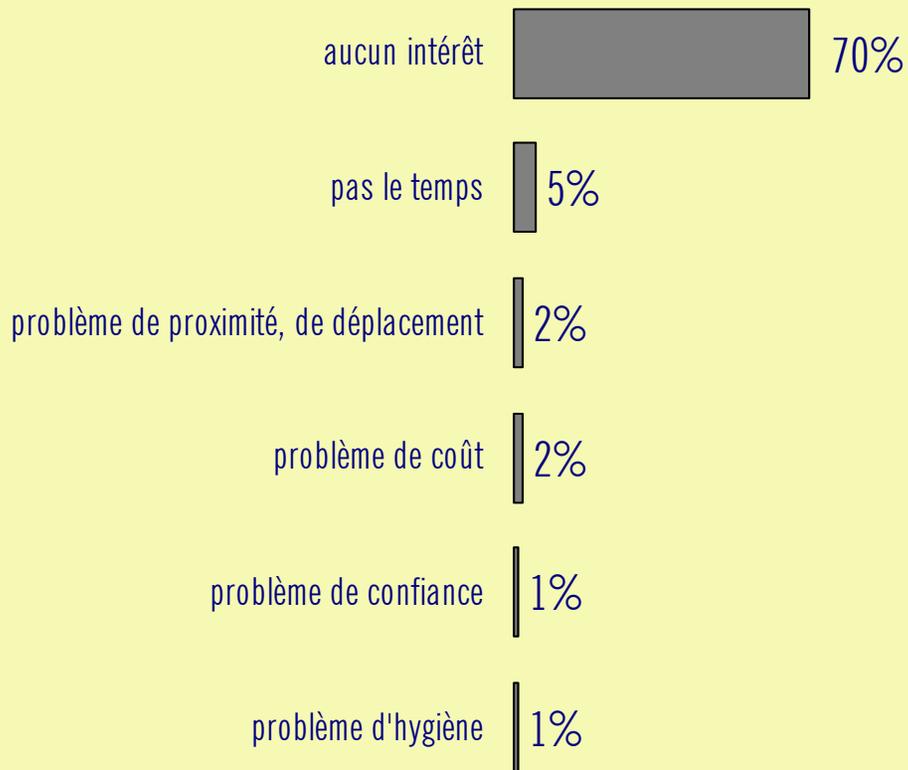


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- 16% des wallons déclarent fréquenter les cybercafés au lieu d'acquérir un ordinateur personnel. En particulier, les personnes âgées de 18 à 29 ans et les habitants des villes dortoirs sont plus nombreux à les fréquenter.
- En moyenne, ceux-ci déclarent se rendre dans un cybercafé deux fois par mois.

Base : échantillon total

Le cybercafé – les freins

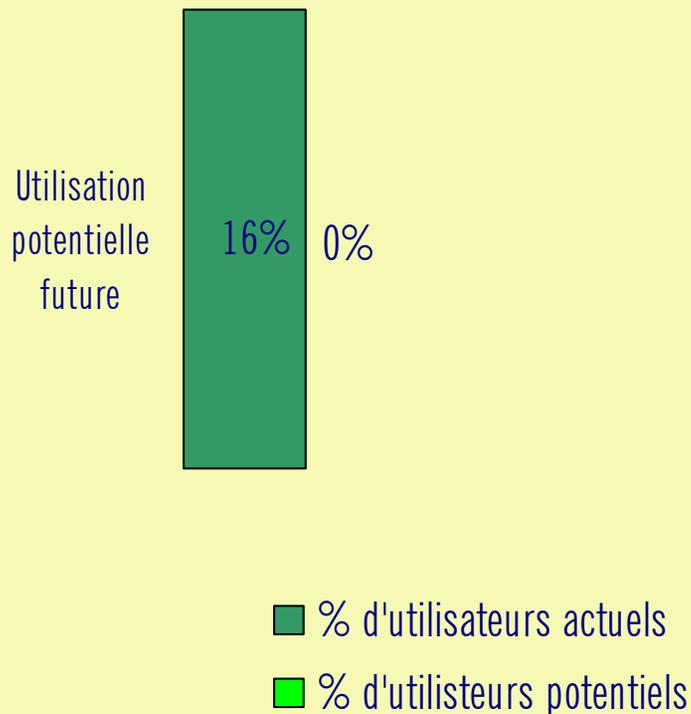


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne fréquentent pas les cybercafés. En particulier, les habitants des villes wallonnes sont moins nombreux à y trouver de l'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Le cybercafé – utilisation potentielle dans le futur



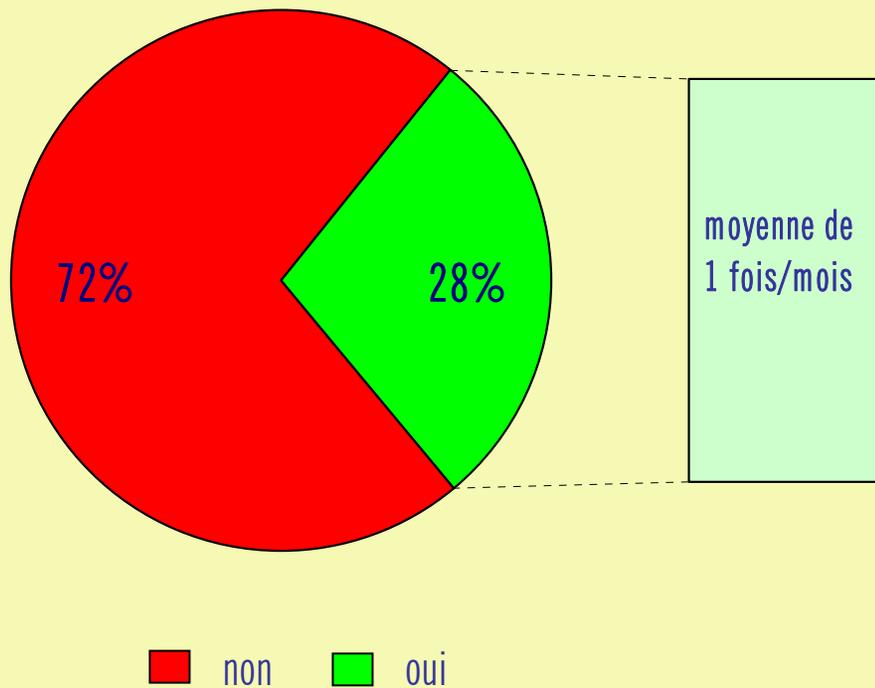
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

E-commerce – utilisation

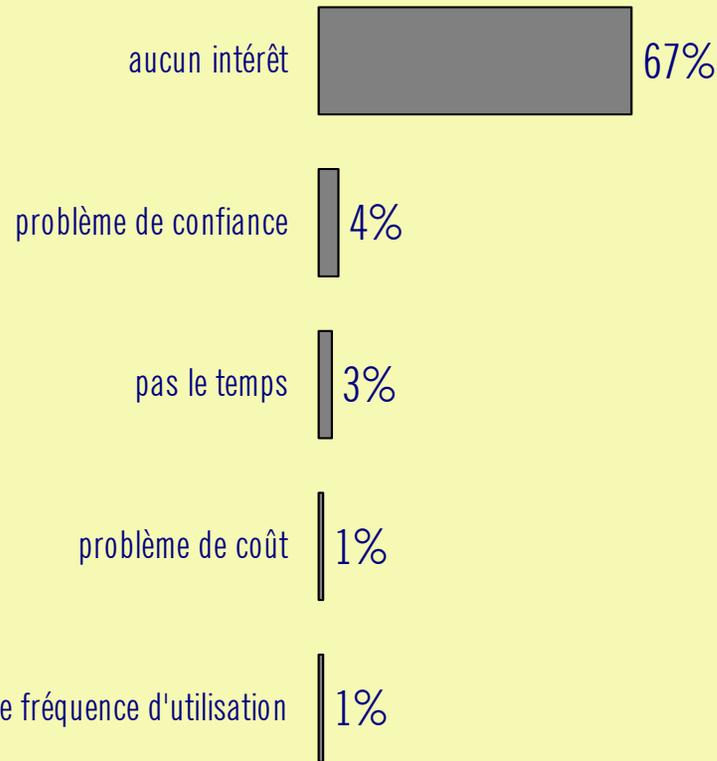


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus d'un wallon sur quatre achète des biens par Internet. En particulier, les personnes âgées de 18 à 29 ans, les habitants de petites localités, les ménages de 4 personnes et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci le font une fois par mois.

Base : échantillon total

E-commerce – les freins

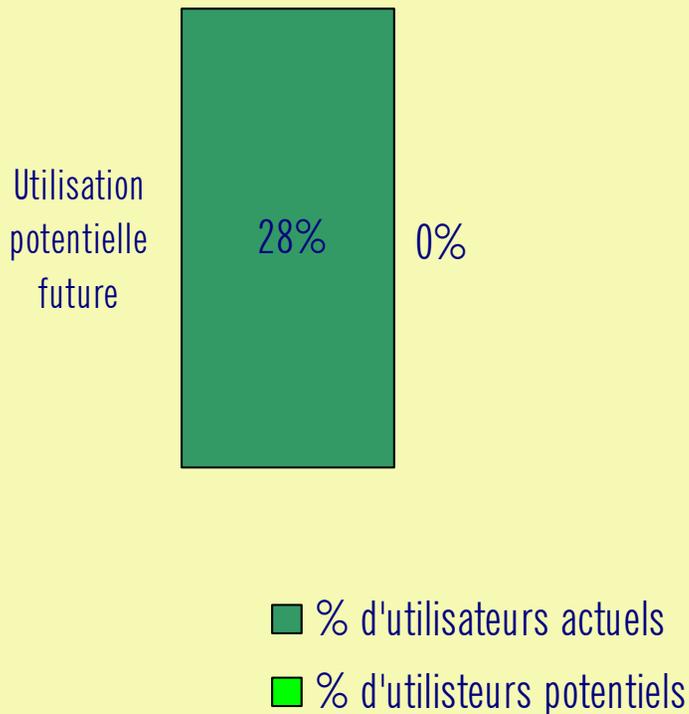


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont pas adopté le e-commerce. En particulier, les personnes âgées de plus de 65 ans sont plus nombreuses à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils perçoivent également un problème de confiance en ce service et de manque de temps.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

E-commerce – utilisation potentielle dans le futur



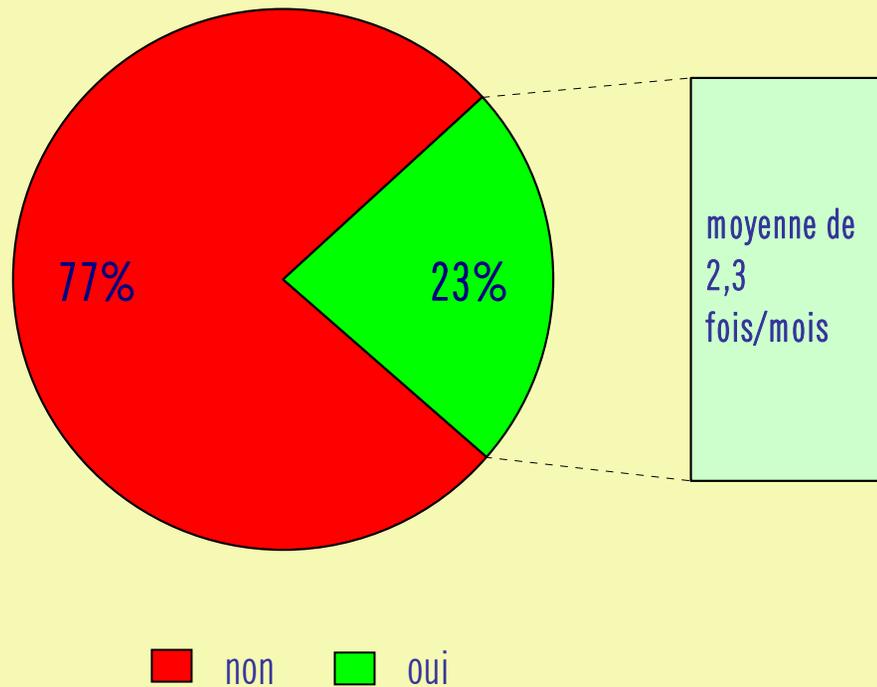
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Téléchargement – utilisation

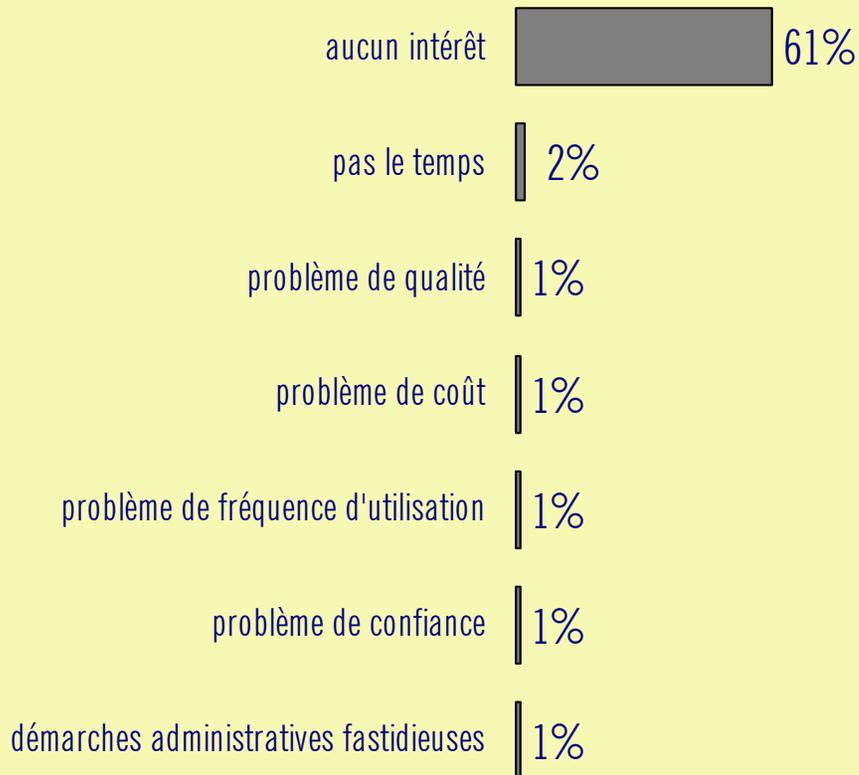


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur quatre télécharge de la musique sur Internet au lieu d'acheter des CD. En particulier, les personnes âgées de 18 à 29 ans, les habitants de petites localités, les ménages de 4 personnes et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à se livrer au téléchargement.
- En moyenne, ceux-ci téléchargent de la musique deux à trois fois par mois.

Base : échantillon total

Téléchargement – les freins

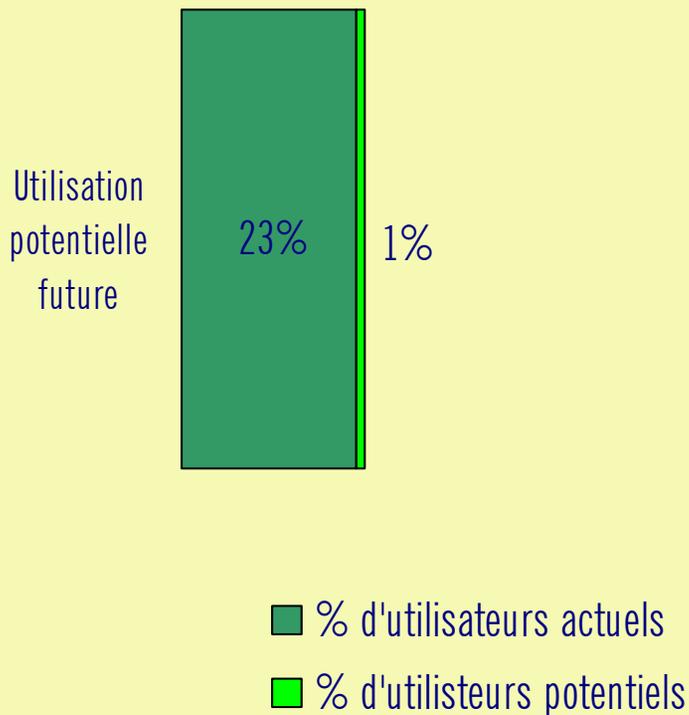


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne téléchargent pas de musique sur Internet. En particulier, les personnes âgées de 65 ans et plus et les habitants de grandes villes sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Téléchargement – utilisation potentielle dans le futur



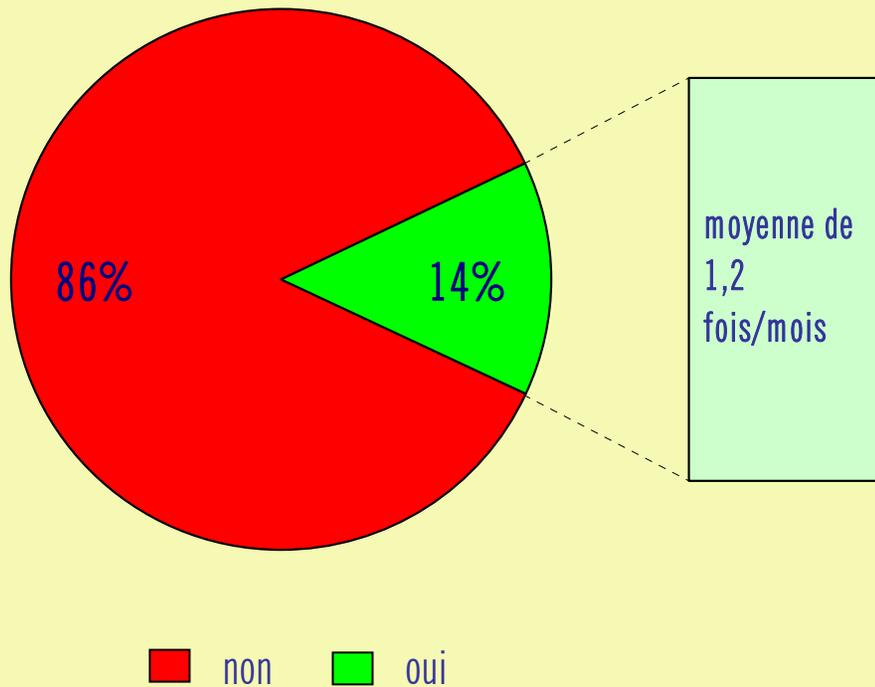
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Location et/ou téléchargement de films – utilisation

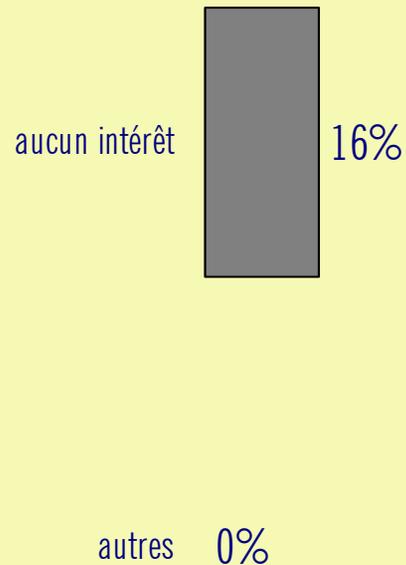


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur sept loue ou télécharge des films sur Internet au lieu d'acheter des DVD. En particulier, les personnes âgées de 18 à 29 ans et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci déclarent louer des films ou les télécharger une fois par mois.

Base : échantillon total

Location et/ou téléchargement de films – les freins

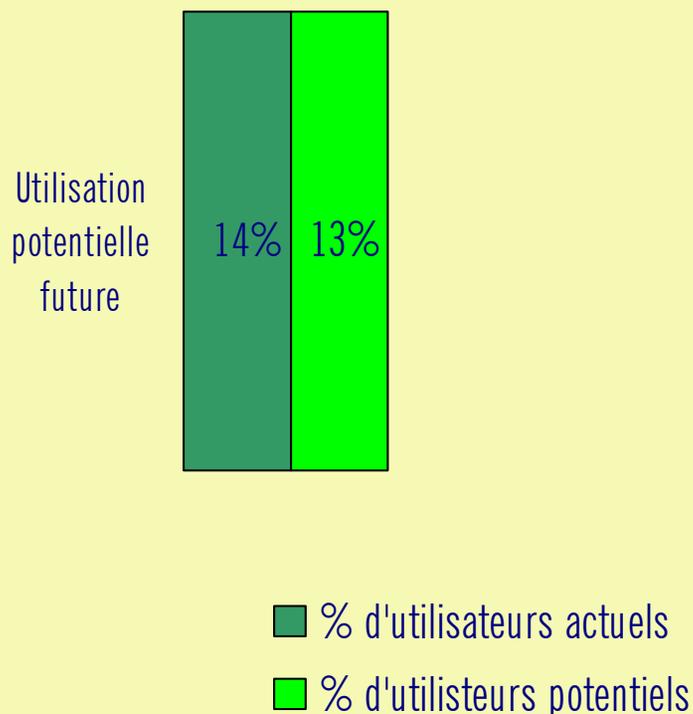


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la seule raison évoquée par les personnes qui ne louent ni ne téléchargent de films sur Internet.
- Ils ne citent pas de freins intrinsèques au service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Location et/ou téléchargement de films – utilisation potentielle dans le futur



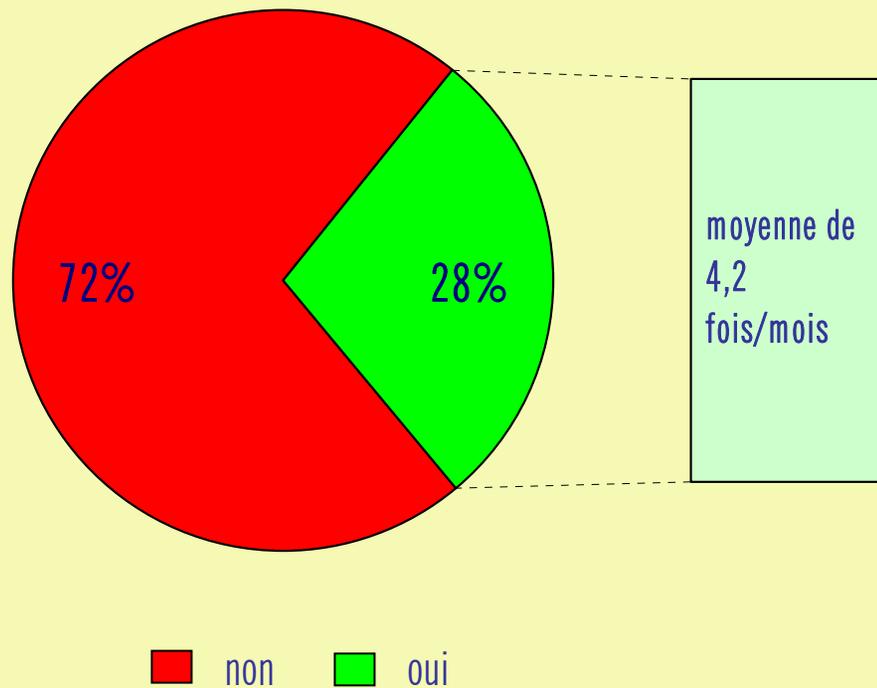
➤ Utilisation potentielle future du service

- Dans le futur, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 13%. En particulier, les non responsables d'achat, les ménages de 3 personnes et les habitants de communes rurales sont plus enclins à devenir des utilisateurs potentiels.
- Le potentiel de développement de ce service est donc existant.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités est levé.

Base : échantillon total

Recevoir des publicités par e-mail – utilisation

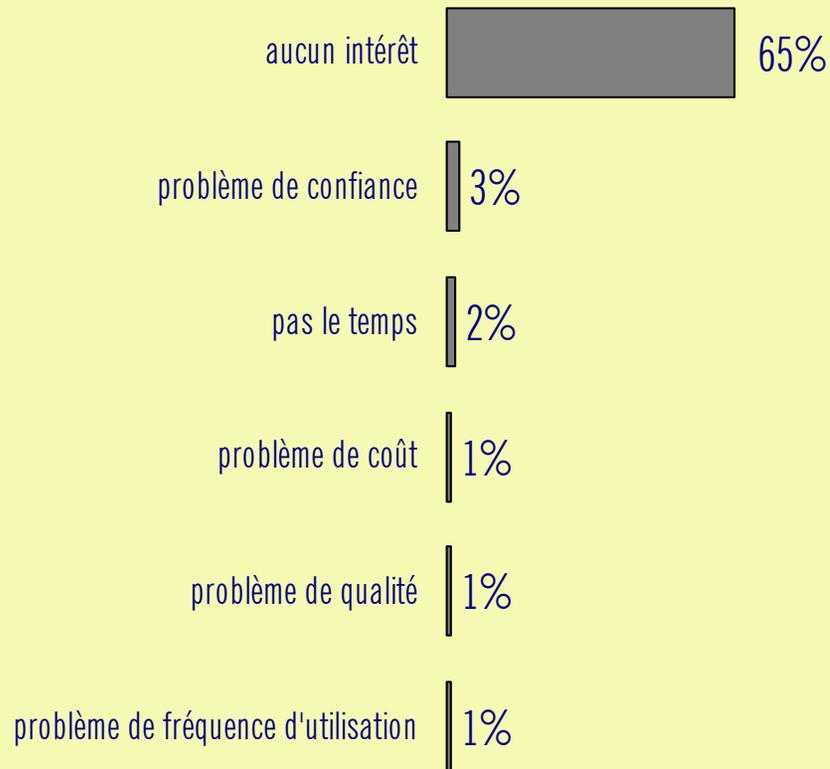


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus d'un wallon sur quatre déclare recevoir des publicités par e-mail. En particulier, les personnes âgées de moins de 39 ans, les ménages de 4 personnes et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à en recevoir.
- En moyenne, ceux-ci en reçoivent chaque semaine.

Base : échantillon total

Recevoir des publicités par e-mail – les freins

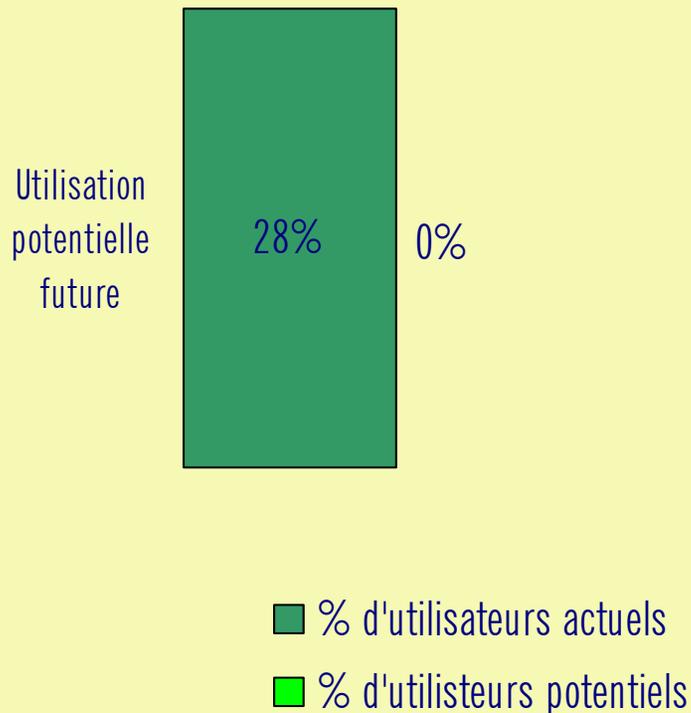


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne reçoivent pas de publicités par e-mail. En particulier, les groupes sociaux inférieurs et les habitants de grandes villes sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de confiance et de temps liés à ce service.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Recevoir des publicités par e-mail – utilisation potentielle dans le futur



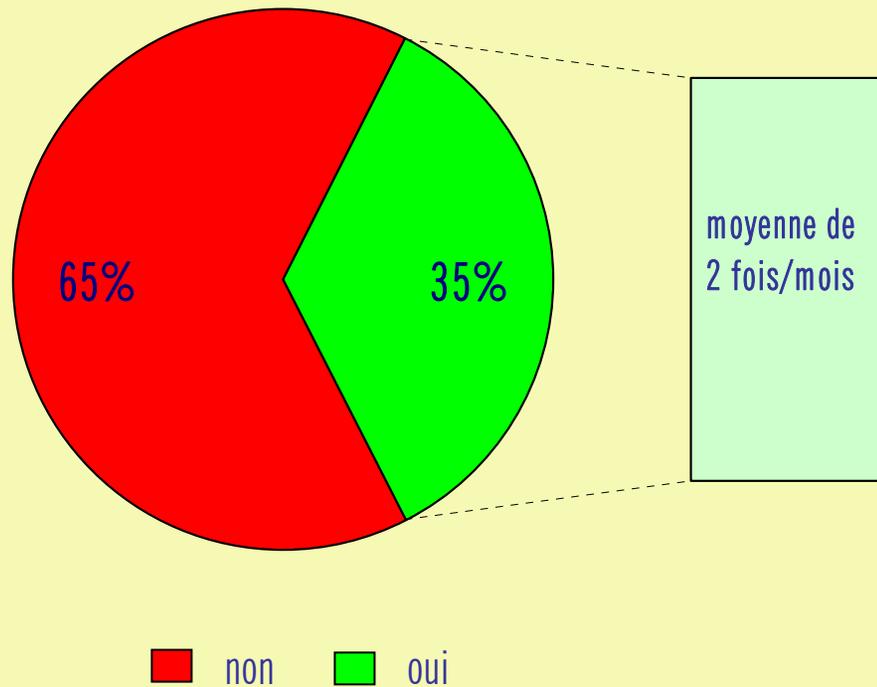
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de ce service est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Consulter un bottin téléphonique sur Internet – utilisation

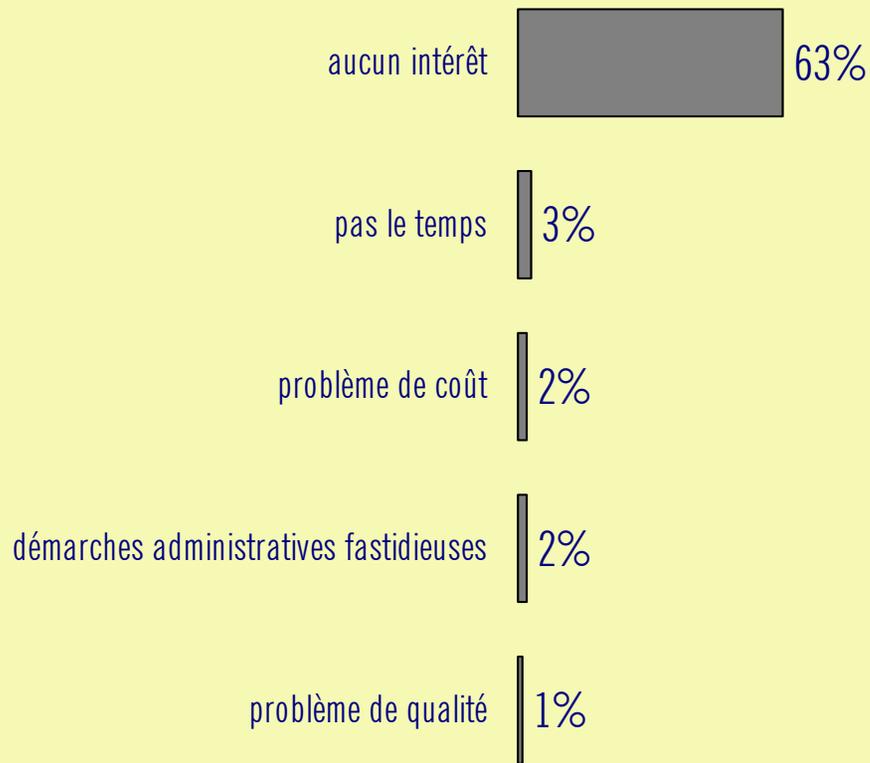


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus d'un wallon sur trois consulte des bottins de téléphone sur Internet. En particulier, les personnes âgées de moins de 39 ans, les ménages de 4 personnes, les habitants de petites localités et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci consultent des bottins de téléphone électroniques deux fois par mois.

Base : échantillon total

Consulter un bottin téléphonique sur Internet – les freins

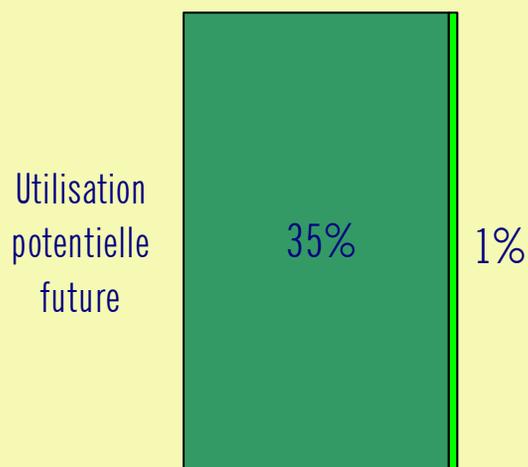


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne consultent pas de bottins téléphoniques électroniquement. En particulier, les couples sans enfant n'y voient pas d'intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de temps (surtout les jeunes de 18 à 29 ans).

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Consulter un bottin téléphonique sur Internet – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

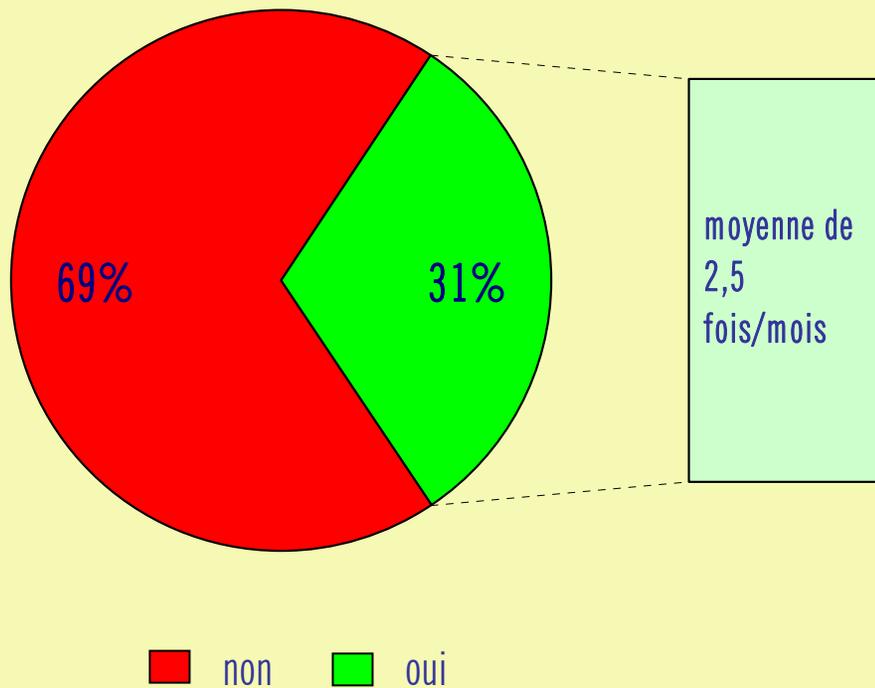
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Commande en ligne de document administratif – utilisation

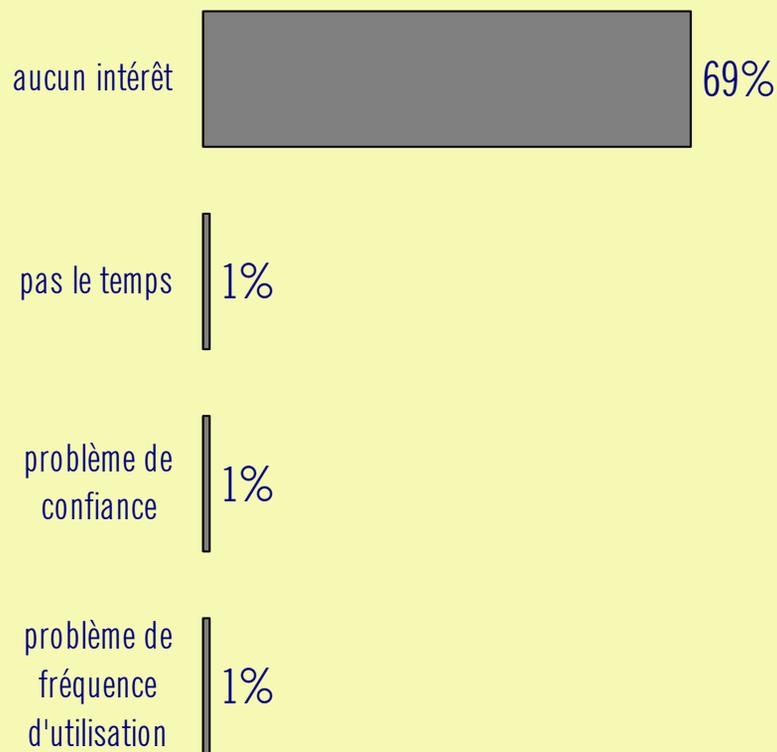


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Trois wallons sur dix commandent des documents administratifs en ligne. En particulier, les personnes âgées de 30 à 39 ans et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci le font entre deux et trois fois par mois.

Base : échantillon total

Commande en ligne de document administratif – les freins

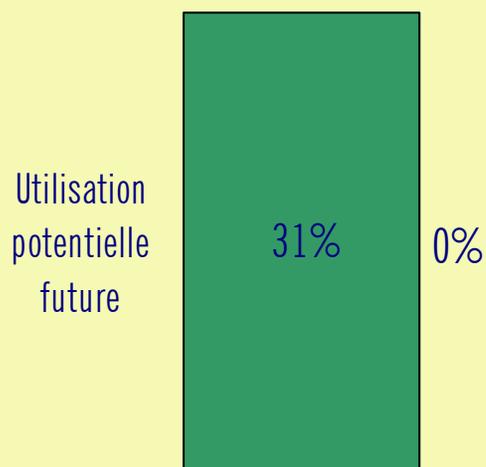


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne commandent pas de documents administratifs par Internet. En particulier, les personnes âgées de 30 à 39 ans sont plus nombreuses à n'y voir aucun intérêt.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Commande en ligne de document administratif – utilisation potentielle dans le futur



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

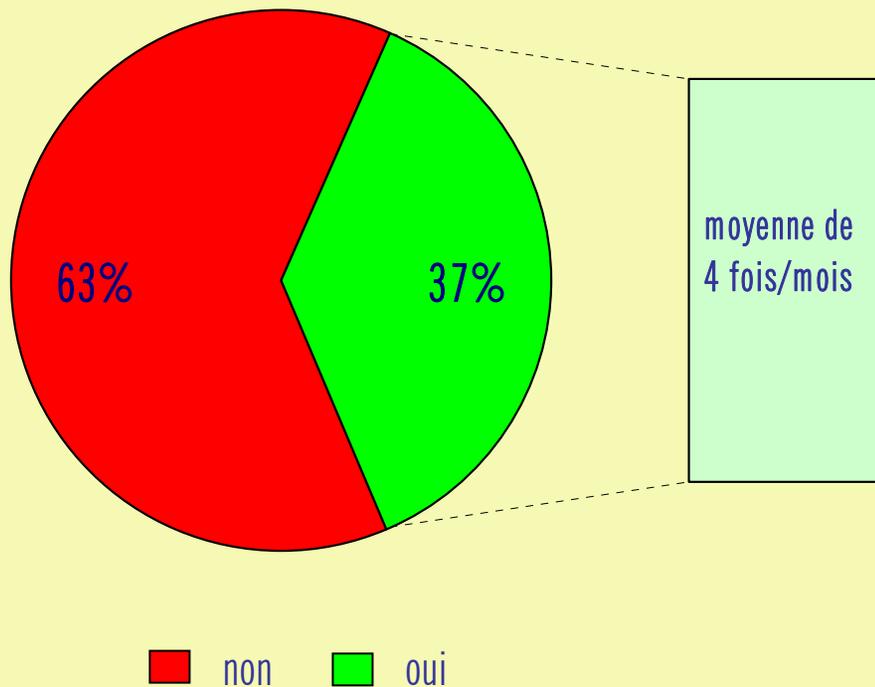
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Pc banking – utilisation

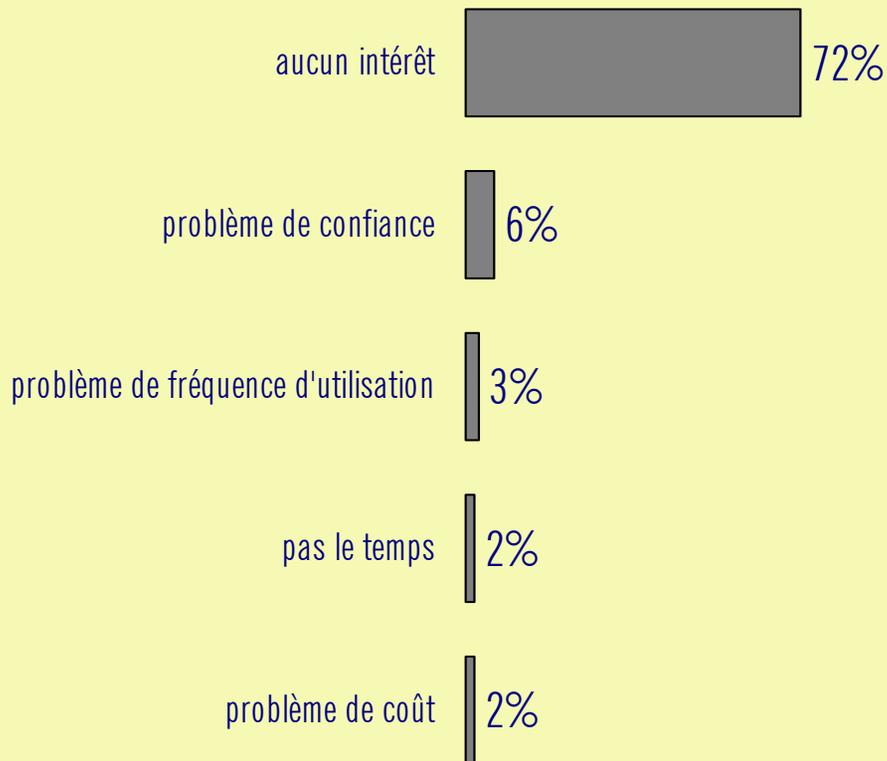


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Plus d'un wallon sur trois gère son compte bancaire via son ordinateur. En particulier, les personnes âgées de 30 à 39 ans, les habitants de petites localités, les ménages de 4 personnes et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à le faire.
- En moyenne, ceux-ci pratiquent le pc banking quatre fois par mois.

Base : échantillon total

Pc banking – les freins

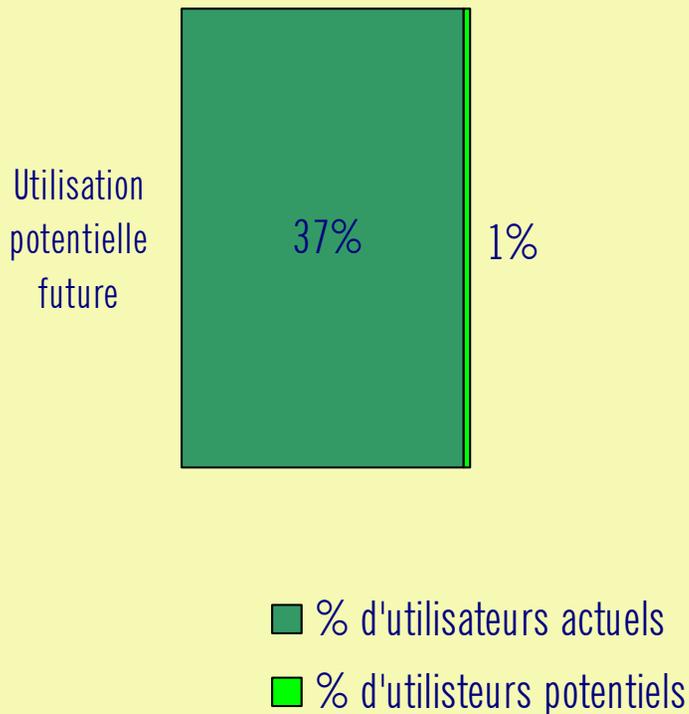


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui n'ont pas adopté le pc banking. En particulier, les personnes non responsables des achats sont plus nombreuses à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils perçoivent également un problème de confiance en ce service. Les jeunes de 18 à 29 ans sont plus nombreux à citer cet argument.
- Certains non utilisateurs citent également un problème de fréquence d'utilisation.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Pc banking – utilisation potentielle dans le futur



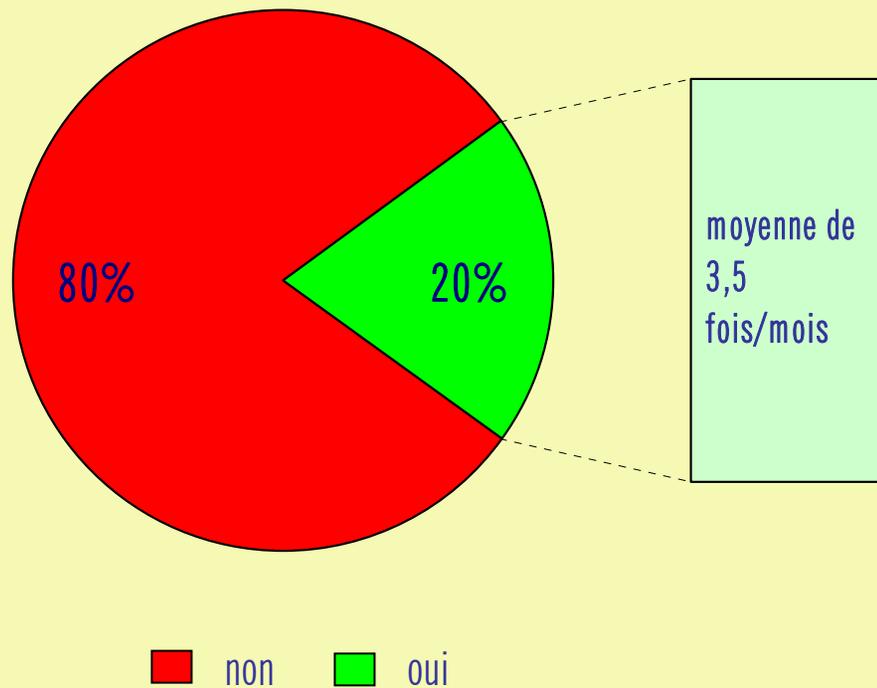
➤ Utilisation potentielle future du service

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 1%.
- Le potentiel de développement de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si le ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Travail intellectuel à domicile – utilisation

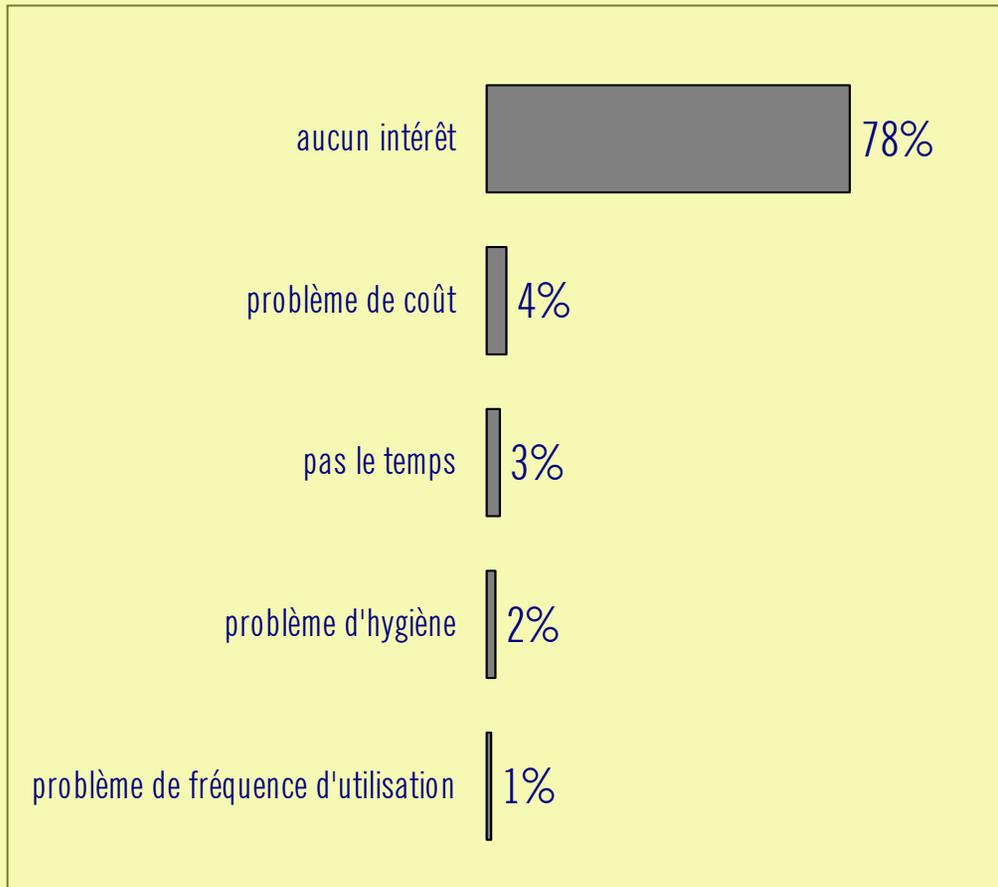


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Un wallon sur cinq pratique le télétravail ou travail à distance, à domicile. En particulier, les habitants de villes dortoirs et de petites localités sont plus nombreux à le pratiquer.
- En moyenne, ceux-ci le pratiquent entre trois et quatre fois par mois.

Base : échantillon total

Travail intellectuel à domicile – les freins

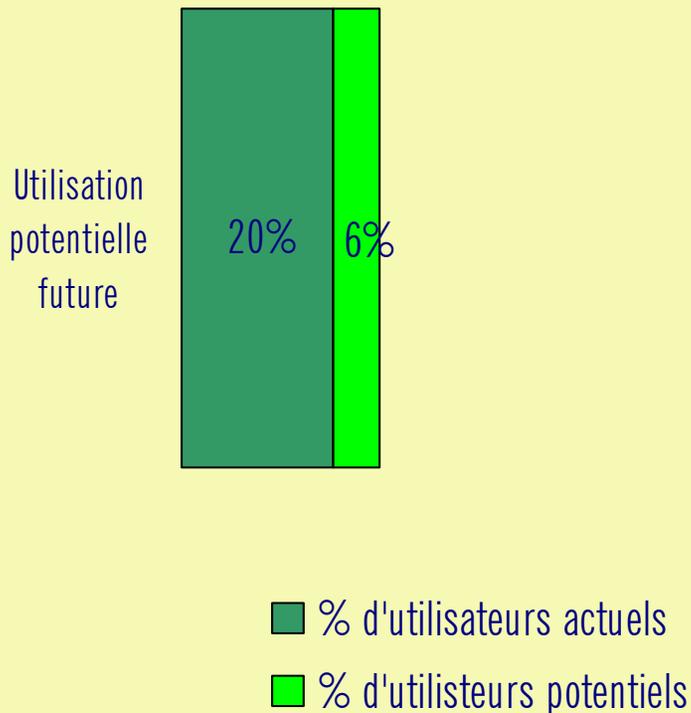


➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne pratiquent pas le télétravail. En particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans et les habitants de villes wallonnes sont plus nombreux à n'y voir aucun intérêt.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de coût et de manque de temps liés au télétravail.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Travail intellectuel à domicile – utilisation potentielle dans le futur



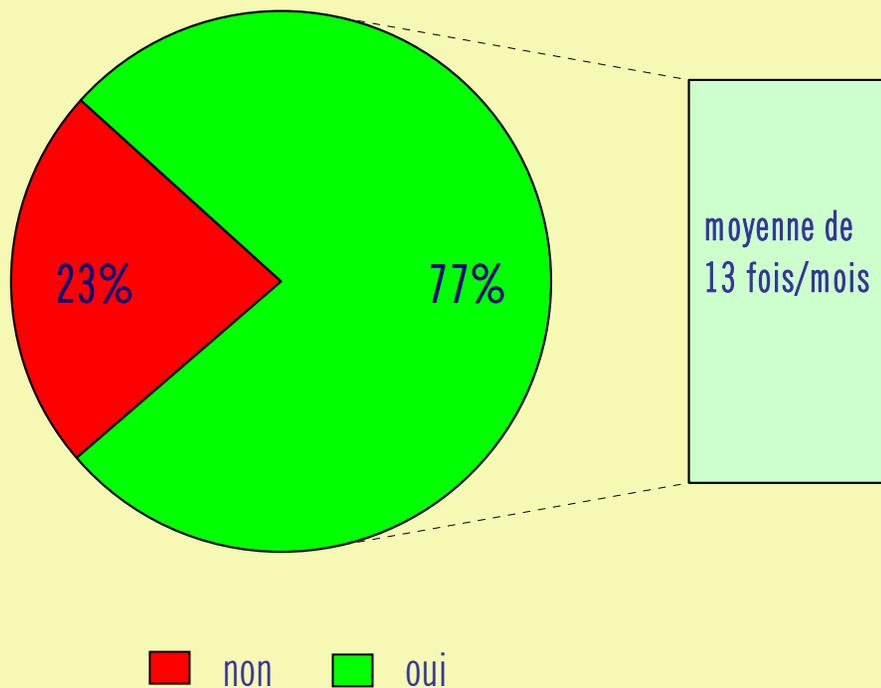
➤ Utilisation potentielle future

- Si l'ensemble des freins à l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est de 6%. En particulier, les groupes sociaux supérieurs et les habitants de grandes villes sont beaucoup plus nombreux à être potentiellement intéressés par le télétravail.
- Le potentiel de développement de cette pratique est assez limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Paiement par carte – utilisation

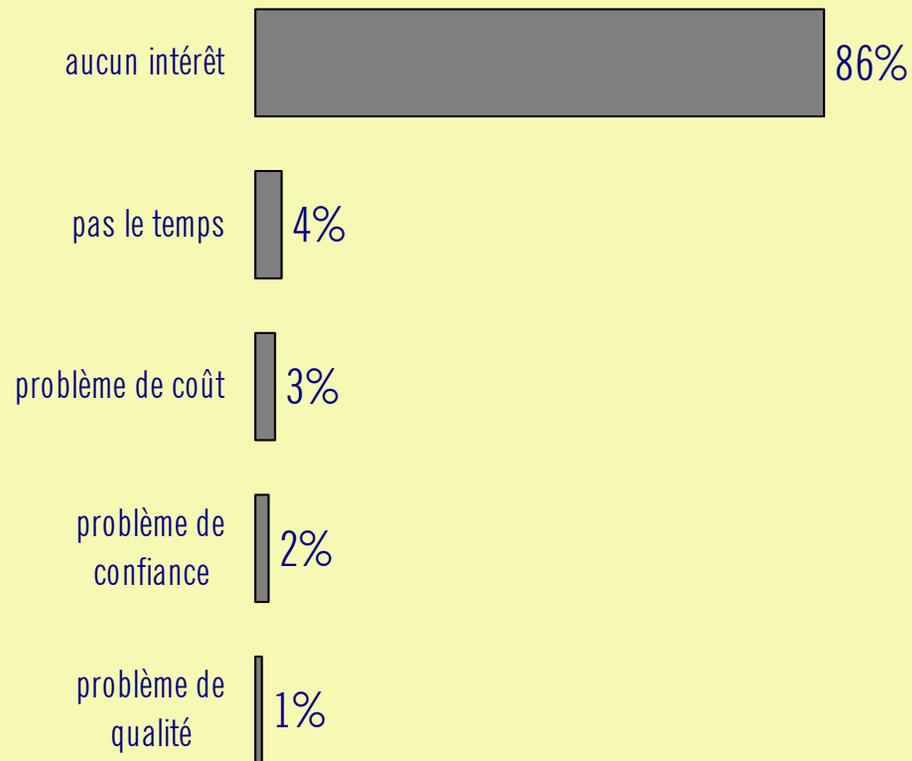


➤ Le faites-vous? Si oui combien de fois au cours des 2 derniers mois?

- Trois wallons sur quatre payent par carte de banque plutôt qu'en liquide. En particulier, les personnes âgées de 50 à 64 ans, les habitants de Charleroi et les groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux à payer par carte de banque.
- En moyenne, ceux-ci effectuent mensuellement treize paiements par carte.

Base : échantillon total

Paiement par carte – les freins



➤ Quelles sont les raisons qui vous poussent à ne pas utiliser ce service ?

- Le manque d'intérêt est la principale raison évoquée par les personnes qui ne payent pas par carte de banque.
- Dans une moindre mesure, ils citent également des problèmes de manque de temps et de coût.

Base : répondants n'ayant pas recours à ce service

Paiement par carte – utilisation potentielle dans le futur

Utilisation
potentielle
future



- % d'utilisateurs actuels
- % d'utilisateurs potentiels

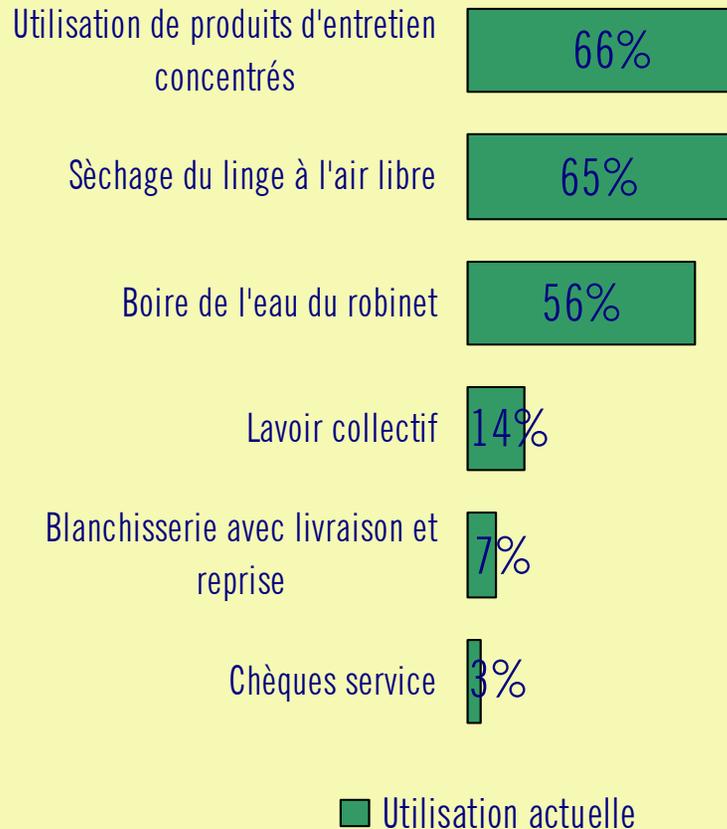
➤ Utilisation potentielle future

- Si l'ensemble des freins déclarés vis-à-vis de l'adoption de cette pratique est levé, le gain potentiel d'utilisateurs supplémentaires est inexistant.
- Cette pratique est déjà largement adoptée; le potentiel de développement supplémentaire de cette pratique est très limité.

Le pourcentage d'utilisateurs potentiels est établi en interrogeant les non-utilisateurs du service sur leurs intentions futures d'y avoir recours si les ou les freins cités sont levés.

Base : échantillon total

Récapitulatif : hygiène, vie quotidienne



➤ Utilisation actuelle

- En ce qui concerne l'hygiène de la maison, certains comportements de dématérialisation sont largement adoptés à l'heure actuelle dans les ménages wallons (le séchage de linge à l'air libre, l'utilisation de produits concentrés).
- Le recours aux services pour les travaux de nettoyage est limité.
- Enfin, plus d'une personne sur deux boit l'eau du robinet.

Base : répondants ayant recours à ce service

Récapitulatif : entretien de la maison, petite enfance

Location de matériel de bricolage 18%

Location de matériel de jardinage 14%

Faire appel à un jardinier 11%

Location de jeux 20%

Langes lavables 7%

Service de location et de nettoyage de langes 3%

Location de matériel de puériculture 3%

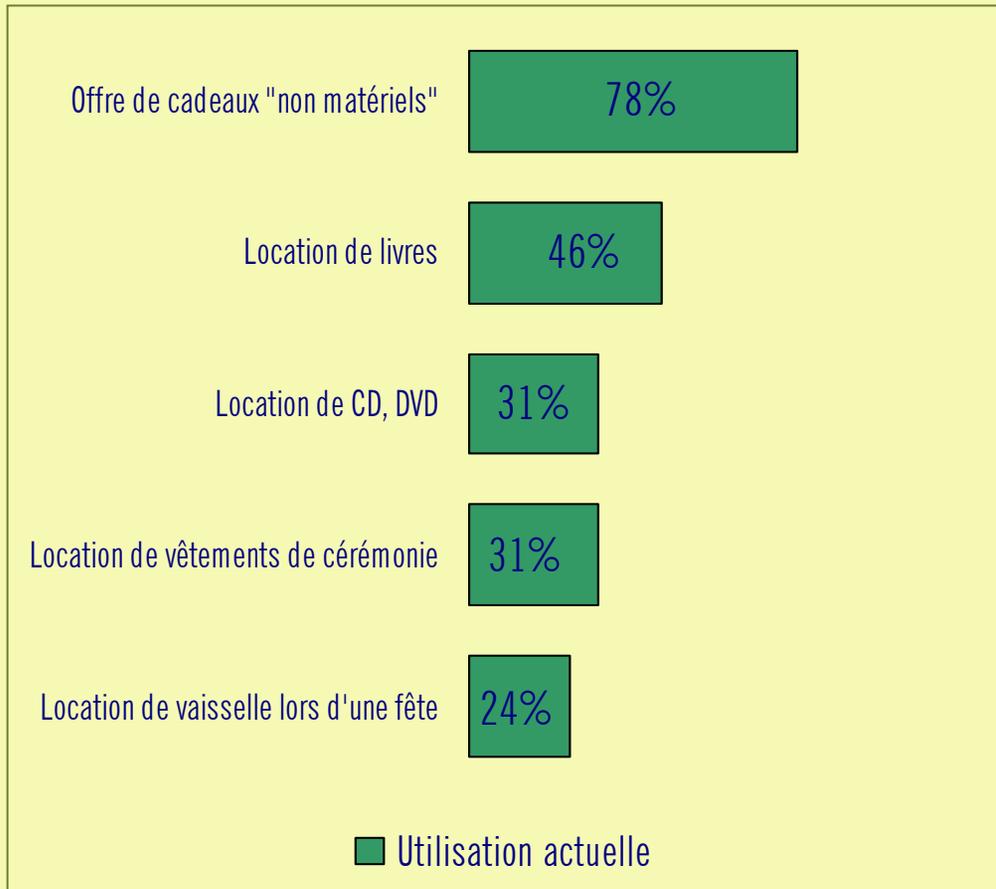
■ Utilisation actuelle

➤ Utilisation actuelle

- En ce qui concerne le bricolage et le jardinage, la dématérialisation est actuellement peu présente dans les habitudes des consommateurs. Moins d'une personne sur deux loue du matériel de bricolage ou de jardinage ou fait appel aux services d'un jardinier.
- La location de matériel de puériculture et dans une moindre mesure, la location de jeux sont les actes de dématérialisation adoptés au sein des ménages wallons. L'utilisation de langes lavables reste rare.

Base : répondants ayant recours à ce service

Récapitulatif : loisirs et événements

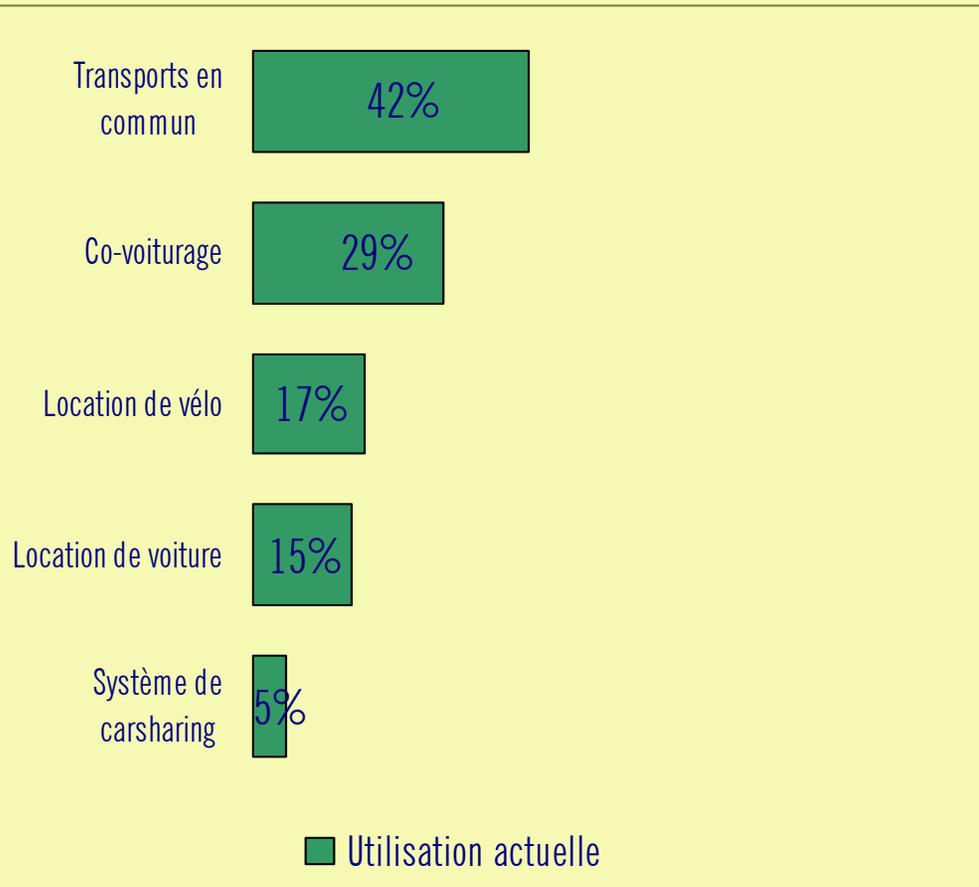


➤ Utilisation actuelle

- Les consommateurs sont nombreux à offrir des cadeaux « non matériels » lors d'événements. La location de vêtements de cérémonie et de vaisselle lors de fêtes ne fait pas partie des habitudes de consommation.
- Quant aux loisirs, environ un consommateur sur deux loue des livres et environ 1 sur 3 des CD, DVD.
- Dans ces secteurs, le potentiel de développement est faible.

Base : répondants ayant recours à ce service

Récapitulatif : transport

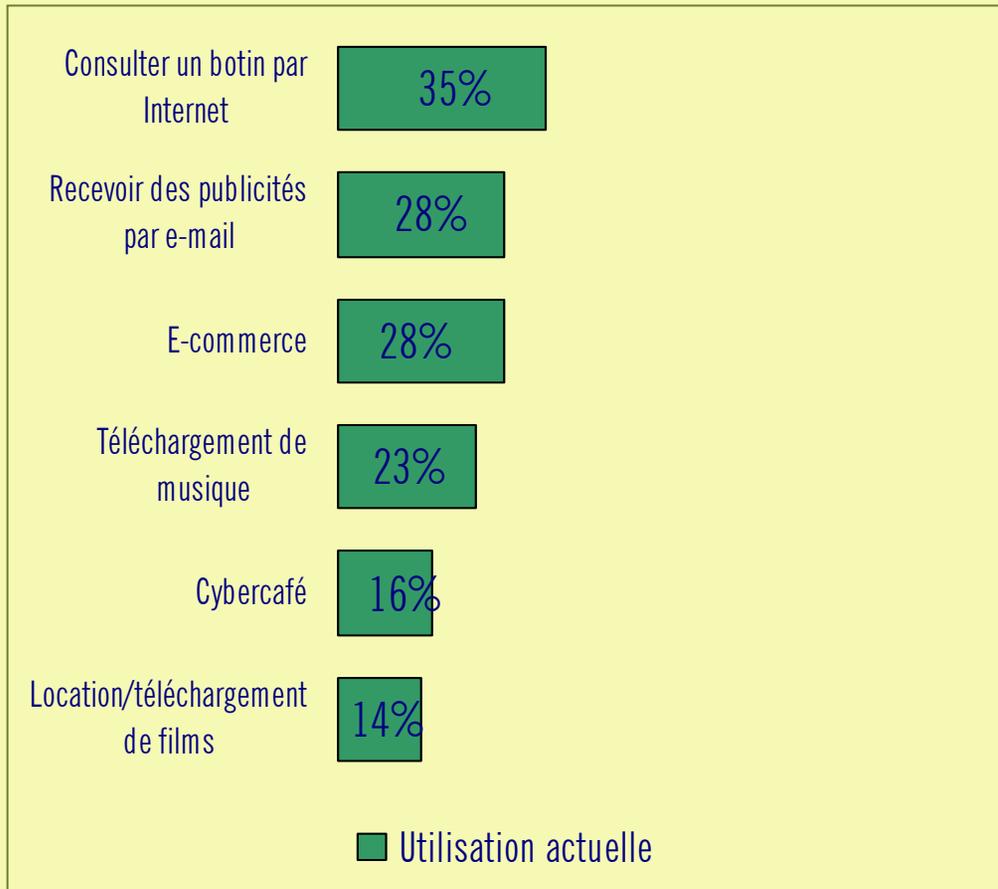


➤ Utilisation actuelle

- L'utilisation des transports en commun est le seul acte de dématérialisation largement adopté à l'heure actuelle.
- Les actes de dématérialisation concernant l'utilisation de la voiture sont peu adoptés à l'exception du co-voiturage.
- Peu de consommateurs louent des vélos.
- L'adoption potentielle de nouveaux comportements dans le secteur du transport est faible.

Base : répondants ayant recours à ce service

Récapitulatif : nouvelles technologies

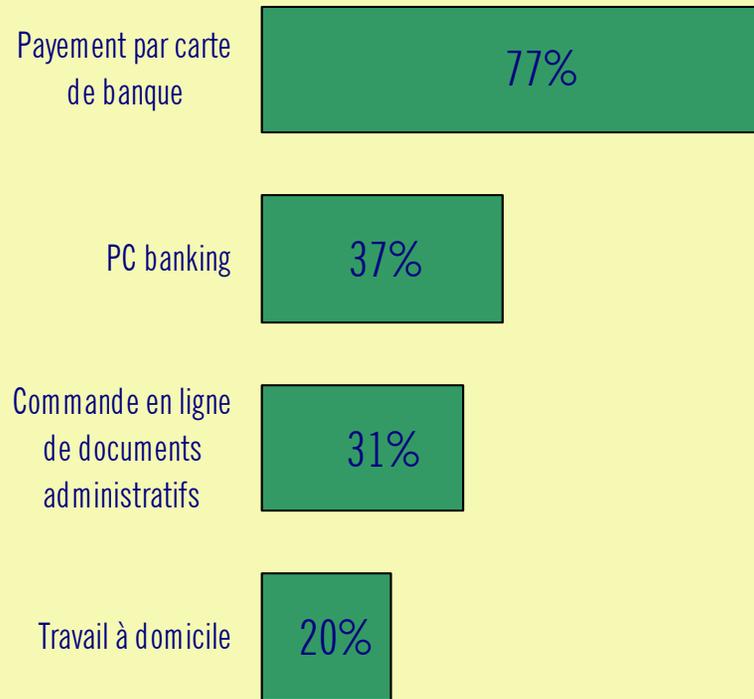


➤ Utilisation actuelle

- En moyenne, un consommateur sur quatre a recours aux nouvelles technologies et, par ce biais, pose des actes de dématérialisation. Consulter des bottins, recevoir des publicités, acheter et vendre, louer, télécharger de la musique et des films sont autant d'actes qui, réalisés électroniquement, permettent la dématérialisation
- En particulier, la location et le téléchargement de films par Internet a un potentiel de développement assez important.
- Peu de consommateurs fréquente les cybercafés.

Base : répondants ayant recours à ce service

Récapitulatif : nouvelles technologies



■ Utilisation actuelle

➤ Utilisation actuelle

- Plus de trois consommateurs sur quatre payent leurs dépenses électroniquement (par carte bancaire).
- Un consommateur sur trois gère de façon électronique son compte en banque et commande des documents administratifs par Internet.
- Le travail à domicile concerne actuellement un quart des wallons.
- Le potentiel de développement du travail à domicile est réel.

Base : répondants ayant recours à ce service

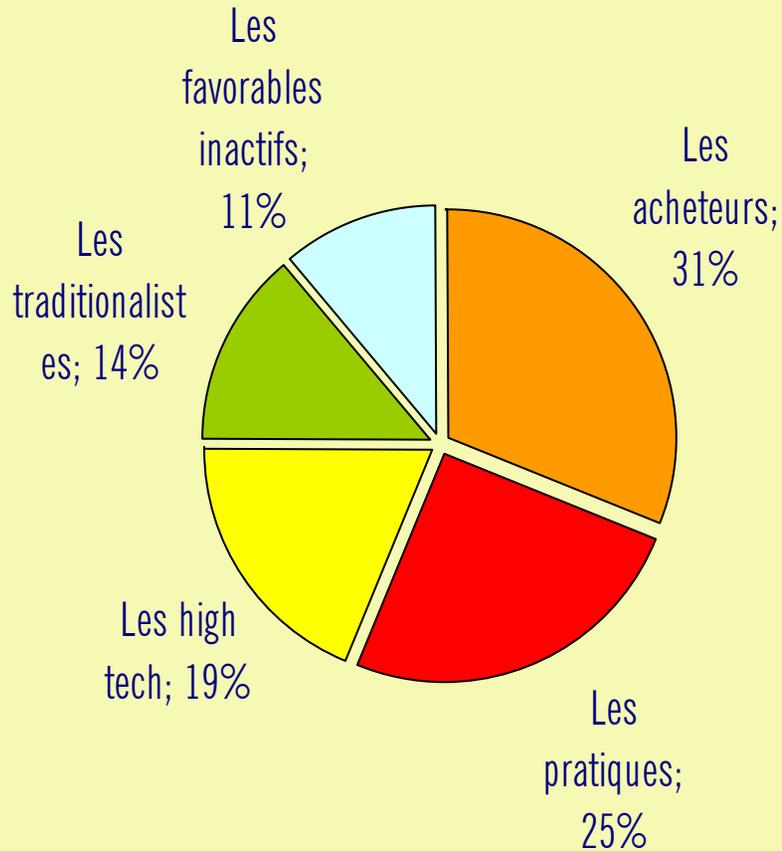
Récapitulatif : les freins

- Le frein majoritairement cité par les consommateurs n'ayant pas adopté le comportement étudié est le manque d'intérêt.
- Les autres freins cités s'organisent autour de 2 pôles principaux
 - Nouveauté: pour certains groupes de consommateurs, la nouveauté d'un produit, d'un service, d'une proposition constitue un frein, alors que pour d'autres groupes un facteur d'attrait.
 - Disponibilité: quand l'offre sur le marché est insuffisante ou insuffisamment distribuée.

La perception des consommateurs : la typologie

- Principes
 - La typologie permet de former des groupes de consommateurs similaires aussi homogènes que possible en leur sein et hétérogènes entre eux.
 - Ces groupes sont construits sur base de la perception des consommateurs à l'égard de la dématérialisation ainsi que des comportements et des pratiques.
 - La typologie utilise la méthode des nuées dynamiques de Diday.
- Logique de compréhension
 - Les attitudes et les perceptions conditionnent les comportements adoptés.
 - Ainsi, l'absence de perception d'avantages collectifs ou individuels liés à la location ou la perception de problèmes de fonctionnement ou d'accroissement des coûts conduit le consommateur à rejeter le comportement proposé.

Typologie



➤ Les types

- Cinq profils de consommateurs peuvent être identifiés :
 - Les acheteurs : 31%
 - Les pratiques : 25%
 - Les high tech : 19%
 - Les traditionalistes : 14%
 - Les favorables inactifs : 11%

Les acheteurs

Taille : 31 %

- Logique
 - Comme la moyenne, ils pratiquent peu la dématérialisation à l'exception de quelques actes. Ils sont peu sensibles aux nouvelles technologies contribuant à la dématérialisation.
- Attitudes et perceptions
 - Assez matérialistes, ils aiment être entourés d'objets et acheter, consommer au quotidien. Ils sont peu sensibles au gaspillage.
 - Ils perçoivent peu l'avantage financier du remplacement des biens par des services et redoutent des problèmes de fonctionnement des appareils loués. Ils sont plus favorables à l'achat de produits consommant moins de ressources.
 - Enfin, ils sont peu enclins à prêter ou emprunter des biens.

Les acheteurs

- Comportements
 - Ils pratiquent peu la dématérialisation à l'exception de quelques actes posés par la moyenne des consommateurs : sécher le linge à l'air libre plutôt qu'en machine, boire l'eau du robinet plutôt qu'en bouteille, payer par carte bancaire plutôt qu'en liquide. Plus fréquemment que la moyenne des gens, ils travaillent une partie du temps à domicile.
- Profil
 - Groupe majoritairement âgé de 50 à 64 ans, habitant les communes rurales et les petites localités de la région de Charleroi et appartenant aux groupes sociaux moyens.

Les pratiques

Taille : 25%

- Logique
 - Préoccupés par le coût, la dématérialisation présente pour eux un avantage financier. Les propositions pour qu'elles soient adoptées doivent être avant tout pratiques.
- Attitudes et perceptions
 - Ils aiment acheter et posséder. Ils ne se sentent pas encombrés par les objets et ne sont pas sensibles au gaspillage.
 - Ils sont favorables au développement de la dématérialisation et en perçoivent les objectifs environnementaux et sociaux. Cependant, ils estiment que le recours aux services peut poser des problèmes de fonctionnement et est surtout plus cher que l'achat de biens. Ils seraient plus enclins à acheter des produits consommant moins de ressources.

Les pratiques

- Comportements
 - Ils adoptent des comportements favorables à la dématérialisation surtout lorsque cela leur permet de faire des économies. Ils utilisent les nouvelles technologies, louent les biens dont l'achat demande un investissement initial important, participent au co-voiturage et utilisent (ou ont utilisé) les langes lavables.
 - Ils prêtent et empruntent volontiers.
- Profil
 - Groupe majoritairement âgé (plus de 50 ans), n'ayant plus d'enfants à charge, habitant les villes wallonnes centrales et appartenant aux groupes sociaux inférieurs ou moyens.

Les high tech

Taille : 19%

- Logique
 - Ils participent à la dématérialisation, essentiellement par le recours aux nouvelles technologies.
- Attitudes et perceptions
 - Posséder leurs propres biens est important pour eux. Ils sont peu sensibles au gaspillage.
 - Ils sont nombreux à estimer que la dématérialisation doit être développée. Ils en perçoivent les objectifs environnementaux et sociaux.. Cependant, ils sont moins disposés à y participer par le recours aux services car ils estiment que cela génère un surcoût et des problèmes de fonctionnement.

Les high tech

- Comportements
 - Ils participent plus que la moyenne à la dématérialisation par leur passion pour les nouvelles technologies (publicités par mail, e-commerce, téléchargement, commande de documents administratifs, e-banking,...).
 - Ils participent également à la dématérialisation par la location, l'emprunt et, dans une moindre mesure, le prêt.
- Profil
 - Groupe majoritairement masculin et assez jeune (moins de 40 ans), en couple avec une ou deux enfant(s), habitant les communes rurales, les localités et les banlieues, et appartenant aux groupes sociaux supérieurs.

Les traditionalistes

Taille : 14 %

- Logique
 - Traditionalistes dans leurs achats, ils adoptent la dématérialisation lorsqu'elle a perdu toute trace de nouveauté.
- Attitudes et perceptions
 - Pour eux, la possession des biens est importante mais ils se sentent un peu encombrés par leurs objets. L'acte d'achat est synonyme de plaisir mais ils pourraient consommer moins. Ils sont sensibles au gaspillage de nourriture.
 - Ils perçoivent les avantages financiers et environnementaux. de la dématérialisation. Ils sont plus favorables à l'achat de produits qui consomment moins de ressources qu'au recours aux services pour lesquels ils perçoivent des problèmes potentiels de fonctionnement.

Les traditionalistes

- Comportements
 - Ils louent des livres, utilisent les transports en commun, achètent des produits concentrés et la consomment l'eau du robinet . Mais, ils n'ont pas recours aux services ni aux nouvelles technologies.
 - Cependant, ils peuvent y participer par le prêt et l'emprunt d'objets au sein de la famille et/ou de leur cercle d'amis.
- Profil
 - Majoritairement des personnes âgées en couple sans enfants habitant les villes wallonnes centrales et appartenant aux groupes sociaux inférieurs.

Les favorables inactifs

Taille : 11%

- Logique
 - Soucieux du respect des conventions sociales, ils manifestent une perception positive de la dématérialisation mais, paradoxalement, ne la pratiquent pas. Ils sont en situation d'attente.
- Attitudes et perceptions
 - Posséder des biens (surtout de valeur) est important, contrairement à l'acte d'achat. Ils se sentent encombrés par les objets et sont très sensibles au gaspillage.
 - Ils sont favorables au développement de la dématérialisation et en perçoivent les objectifs financiers, environnementaux et sociaux.

Les favorables inactifs

- Comportements
 - A l'exception de l'emprunt et du prêt d'objets, ils ne participent pas à la dématérialisation surtout parce qu'ils ne sont pas responsables des achats du ménage.
- Profil
 - Groupe majoritairement masculin, non responsables d'achat, âgés de 40 à 49 ans, en couple sans ou avec 1 enfant, habitant à Liège, dans les communes rurales ou la périphérie des grandes villes. Ils appartiennent aux groupes sociaux moyens.

Participation à la dématérialisation par les différents types

- Les types de consommateurs peuvent être évalués selon leur degré d'adoption de pratiques contribuant à la dématérialisation. La connaissance des comportements préconisés, leur acceptation et leur mise en pratique peuvent être plus ou moins rapides selon les types.
- Ainsi, les High tech (19% des consommateurs) ont adopté plus vite certains comportements. En particulier, ils contribuent à la dématérialisation par une utilisation intensive des nouvelles technologies. Ces consommateurs plutôt jeunes et aisés sont avides de nouveautés.
- Les Pratiques (25% des consommateurs) ont adopté plus tôt que la moyenne certaines pratiques contribuant à la dématérialisation. Toutefois, ce type adhère à la proposition surtout quand il y trouve un bénéfice financier. Il contribue à la dématérialisation par l'utilisation modérée des nouvelles technologies, la location, le co-voiturage, le recours aux langes lavables. L'adoption future de nouvelles pratiques de dématérialisation devra passer au préalable par la résolution pratique des problèmes y afférant.

Adoption de la dématérialisation parmi les types

- Les acheteurs (31% des consommateurs) font partie de la majorité qui adoptent un comportement une fois que celui-ci est largement accepté. Ils contribuent peu à la dématérialisation (excepté par certains actes courants largement adoptés), sont peu familiarisés aux nouvelles technologies et doivent encore être confortés dans l'intérêt qu'ils portent vis-à-vis des propositions de dématérialisation.
- Les Favorables non participants (11% des consommateurs) se déclarent convaincus de l'intérêt de la dématérialisation **car la pression sociale a une forte influence sur eux**. En réalité, ils agissent très peu en ce sens. Ils restent sceptiques et attendent que la majorité adopte ces pratiques pour se convaincre de leur utilité.
- Enfin, les Traditionalistes (14% des consommateurs) n'adoptent les pratiques contribuant à la dématérialisation que lorsqu'elles ont perdu toute trace de nouveauté. Ils adoptent surtout les pratiques courantes déjà encrées dans les moeurs.

Conclusions : la dématérialisation un concept peu connu ...

- La dématérialisation est un concept inconnu pour deux wallons sur trois. Seul un tiers des consommateurs donne spontanément une explication correcte de la dématérialisation : ils évoquent surtout le remplacement d'un bien par un service et les économies financières et de ressources. Mais, si les consommateurs connaissent certains aspects de la dématérialisation, ils n'ont pas une idée précise de ce que recouvre la globalité du concept.
- La communication autour du concept est encore peu développées. Après leur avoir donné une définition de la dématérialisation, seul un wallon sur quatre déclare en avoir déjà entendu parler. Néanmoins ils sont plus nombreux à savoir comment y participer et citent la location, l'emprunt et le prêt de produits ainsi que l'achat de biens de réemploi et de produits concentrés.

...aux multiples facettes

- Du point de vue du consommateur, la participation à la dématérialisation peut se faire de nombreuses manières. Cela va de certaines pratiques courantes (comme le séchage du linge à l'air libre, l'achat de lessive concentrée, la location d'un livre ou le prêt de sa tondeuse à un voisin) à d'autres beaucoup moins adoptées (renoncer à sa voiture pour utiliser les transports en commun); en passant par des pratiques nouvelles liées à l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les actes de dématérialisation sont nombreux, variés et touchent à de nombreux aspects de la vie quotidienne, économique et sociale.
- Ces actes, pratiques et comportements, appartiennent à des logiques différentes. Les attitudes et comportements varient fortement d'un consommateur à l'autre et pour un même consommateur, selon les catégories de comportements proposés.
- Rares sont les consommateurs qui posent des actes de dématérialisation en les reconnaissant comme tels, en ayant conscience de participer à la dématérialisation. Les consommateurs ne poursuivent pas d'objectifs de dématérialisation; ils posent tels ou tels actes, car cela répond à leurs besoins et contraintes, leur plaît, les arrange. Les objectifs sont souvent bien éloignés de ceux poursuivis par la dématérialisation même s'ils y participent inconsciemment et toujours partiellement.

Conclusions : attitude positive vis-à-vis de la dématérialisation

- La population wallonne est assez matérialiste, aime posséder ses propres objets et est attachée à la liberté que cela lui confère. L'acte d'achat et la consommation sont sources de plaisir parmi les consommateurs.
- Cependant, un consommateur sur deux se dit encombré par ses objets. Six consommateurs sur dix estiment qu'ils pourraient être aussi heureux en achetant moins et neuf sur dix en consommant moins. De plus, la moitié de la population est également sensible au gaspillage.
- La population présente en majorité des attitudes favorables au développement de la dématérialisation. Les objectifs sociaux et environnementaux de la dématérialisation sont largement perçus. Ses avantages financiers apparaissent de manière moins évidente pour certains. En particulier, les consommateurs déplorent le surcoût et les problèmes de fonctionnement potentiels liés au recours aux services.

Conclusions : la location, oui, mais ...

- Lorsque l'on évoque la location en remplacement de l'achat de biens, un wallon sur deux déclare que tous les produits peuvent être loués plutôt qu'achetés. Cependant, l'étude montre que les consommateurs sont plus enclins à louer certains types de biens :
 - Ceux dont la location permet un gain financier important par rapport à l'achat (ex: matériel d'assistance médicale, de camping, sono,...),
 - Ceux dont l'utilisation est limitée dans le temps et la fréquence d'utilisation peu élevée (ex: matériel de camping, matériel d'assistance médicale, équipement sportif, ...),
 - Ceux dont l'implication dans l'achat est faible,
 - Ceux dont l'offre en location est importante (livres, CD, DVD, sono, équipement sportif,...),
 - Ceux ayant rapport avec les loisirs (matériel sportif, CD, livres).
- Les attitudes par rapport à la location varient selon les caractéristiques sociodémographiques. Ainsi, les personnes appartenant aux groupes sociaux inférieurs, âgées de 18 à 29 ans et de plus de 65 ans, les célibataires et les habitant les grandes villes sont plus disposées à remplacer l'achat de biens par leur location.

Conclusions : adoption des pratiques et comportements

- Certaines pratiques contribuant à la dématérialisation sont déjà largement adoptées au sein de la population wallonne:
 - sécher son linge à l'air libre, boire l'eau du robinet, acheter des produits d'entretien concentrés, payer par carte bancaire, offrir des cadeaux « non matériels », louer des livres et utiliser les transports en commun.
 - le prêt et l'emprunt de matériel, de produits dans le cercle familial ou relationnel.
- D'autres pratiques sont moins adoptées : le lavoir collectif, les services de blanchisserie, la location de voiture, le carsharing, le covoiturage, la location de matériel de puériculture, de jeux, de CD, DVD, de vaisselle, de vêtements de cérémonie ainsi que l'utilisation des nouvelles technologies tels que le commerce électronique, le télétravail, le PC banking, ...).

Conclusions : les freins

- Les consommateurs citent les freins suivants :
 - Le coût ou surcoût : principalement évoqué pour le recours aux services (blanchisserie, jardinier, chèques service, car-sharing,...) et la location de biens.
 - Le manque de temps : le recours aux services est perçu comme un acte qui prend proportionnellement plus de temps et qui est, par conséquent, assez peu adapté au rythme de vie actuel.
 - La fréquence d'utilisation pour des actes qui sont répétés fréquemment (transport, location de certains biens,...).
 - La perception d'un manque d'hygiène évoquée pour le recours à un lavoir collectif, boire l'eau du robinet, le car-sharing, les langes lavables, la location de matériel de puériculture, de jeux, de vaisselle, ...).
 - Enfin, l'utilisation des nouvelles technologies pose des problèmes de confiance, de manque de temps et de moyens (équipements) aux consommateurs qui y sont encore peu familiarisés.

Conclusions : les freins

- D'autres éléments d'explication interviennent également.
 - Le degré d'implication vis-à-vis de certains biens, le plaisir d'acheter et de posséder
 - La méconnaissance de l'offre
 - La nouveauté de certaines propositions constitue un frein ou un facteur d'attrait selon les consommateurs
 - Le manque d'offre ou le manque d'accessibilité à l'offre
- Lors de l'enquête nous avons demandé à ceux qui n'adoptaient pas un comportement donné, quels étaient les freins et quelles étaient les chances qu'ils adoptent ce comportement si ces freins étaient levés. Le frein majoritairement cité était le manque d'intérêt, difficile à lever. Et de fait, les changements de comportements semblent peu probables chez ces consommateurs là. Dès lors des changements interviendront soit grâce à la participation des consommateurs qui agissent déjà soit grâce à une dématérialisation « inconsciente ». On peut aussi supposer que des changements interviendront suite à l'évolution des services et des produits offrant des avantages et modernité (cafés-wasserettes, appareils de production de soda par exemple)

Recommandations 1

- Le concept de dématérialisation est peu connu du grand public mais il offre aux autorités publiques et aux acteurs sociétaux un cadre de réflexion cohérent qui permet de relier les politiques de prévention des déchets aux cycle de production et de consommation et autres politiques qui les concernent.
- Ce n'est pas le concept qui doit faire l'objet d'une information auprès du grand public mais bien tous les actes et pratiques qui contribuent à la dématérialisation.
- Au contraire, il pourrait être contreproductif d'introduire un nouveau concept pour promouvoir des comportements qui font déjà l'objet de campagne de sensibilisation sous d'autres concepts (éco-consommation, prévention, information...)

Recommandations 2

- Comme ces différents actes et pratiques appartiennent à des logiques différentes, les campagnes de sensibilisation générales resteront probablement sans effet. Les mesures et campagnes d'information visant à encourager l'adoption de comportements contribuant à la dématérialisation doivent se faire par catégorie de comportement (louer, utiliser les nouvelles technologies de l'information,...) ou par secteur de consommation (entretien de la maison, transport,...)
- Ces mesures et campagnes devront également tenir compte des différences de sensibilité existant au sein de la population wallonne, identifier des groupes cibles à privilégier et bien connaître les caractéristiques des cibles visées. En fonction de ces cibles, les avantages financiers, environnementaux ou sociaux seront soulignés. Par exemple, souligner le bénéfice financier si les groupes cibles sont les pratiques et les traditionalistes.

Recommandations 3

- La croissance de la dématérialisation doit passer par le développement et l'éducation aux nouvelles technologies. Seules ces pratiques ne souffrent pas de freins intrinsèques généralement cités (coût, perte de temps, fréquence d'utilisation, proximité, hygiène,...) et permettent une économie substantielle de ressources (en particulier, élimination du papier, de nombreux trajets, ...). Les problèmes de confiance peuvent être solutionnés par la familiarisation, l'éducation aux nouvelles technologies.
- Le prêt et l'emprunt dans le cercle familiale est à inciter.
- Augmenter l'efficacité des produits, leur durée de vie
- Faire évoluer les services vers une plus grande adéquation avec les modes de vie modernes et les attentes actuelles
- Si l'on veut soutenir la location ou le recours à un service à la place de l'achat d'un bien, il faudra d'abord répondre aux craintes des consommateurs en ce qui concerne la qualité des biens, la possibilité de panne, les responsabilités en cas de dégâts, l'hygiène..Il faudra également encourager des politiques de prix incitatives et souligner les avantages financiers du système.

Recommandations 4

- Un autre difficulté à lever est le manque d'offre ou le manque d'accessibilité à l'offre. Pour y répondre, du moins partiellement, le développement d'outils tels que des guides pratiques reprenant des adresses et des indications de prix semble un préalable indispensable.
- La dématérialisation passera notamment par le développement du recours aux nouvelles technologies de l'information. Ces pratiques ne souffrent pas des freins intrinsèques généralement cités (coût, perte de temps, fréquence d'utilisation, proximité, hygiène,...) et peuvent produire des économies substantielles de ressources (en particulier, élimination du papier, de nombreux trajets, ...). Les problèmes de confiance peuvent être solutionnés par la familiarisation, l'éducation aux nouvelles technologies. La diffusion se fera également de manière naturelle par le remplacement des générations. Toutefois l'éducation devrait également viser à éviter ou limiter certains effets annexes. Par exemple, le courrier électronique permet des économies de papier si les courriers électroniques ne sont pas imprimés, la location de CD ou de DVD permet des économies de ressources sauf si l'on grave systématiquement les CD et DVD loués, ...

Recommandations 5

- A côté du recours aux nouvelles technologies de l'information, une autre voie de progrès importante en faveur de la dématérialisation est l'éco-conception et la mise sur le marché de produits moins gourmands en ressources et plus durables.
- Les consommateurs manifestent des attitudes très favorables vis-à-vis de ce type de proposition de dématérialisation.
- A partir du moment où l'offre est présente sur le marché, il faut encourager les choix des consommateurs pour ce type de produit par des mesures appropriées telles que l'étiquetage et des mesures financières incitatives.
- Les mesures de sensibilisation et d'éducation doivent se développer en parallèle pour encourager les comportements rationnels et économes et éviter les effets rebonds.

Éditeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Rue des Chevaliers 18 - 1050 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2007
Réf. Catalogue — 414-07

D 2007-2492-05
©CRIOC

Prix : 154 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources