



*Département
Opinion et
Stratégies
d'Entreprise*

pour



Les Français et la géolocalisation

Novembre 2010

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

A - Les outils de géolocalisation

B - L'utilisation de la géolocalisation

Étude réalisée pour : **Atelier BNP PARIBAS**

Échantillon Échantillon de **995** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

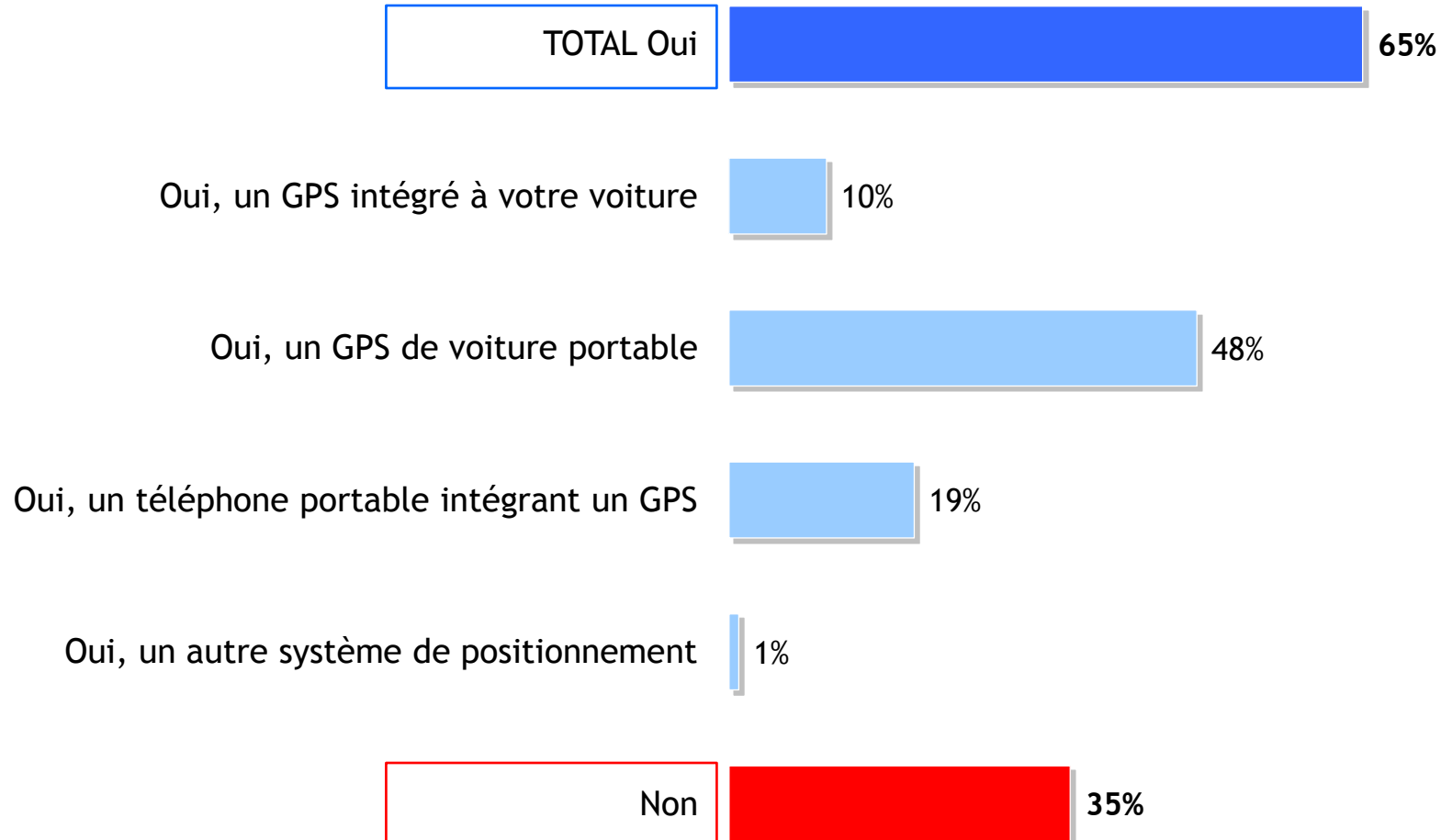
Mode de recueil Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain Du 3 au 5 novembre 2010

A | Les outils de géolocalisation

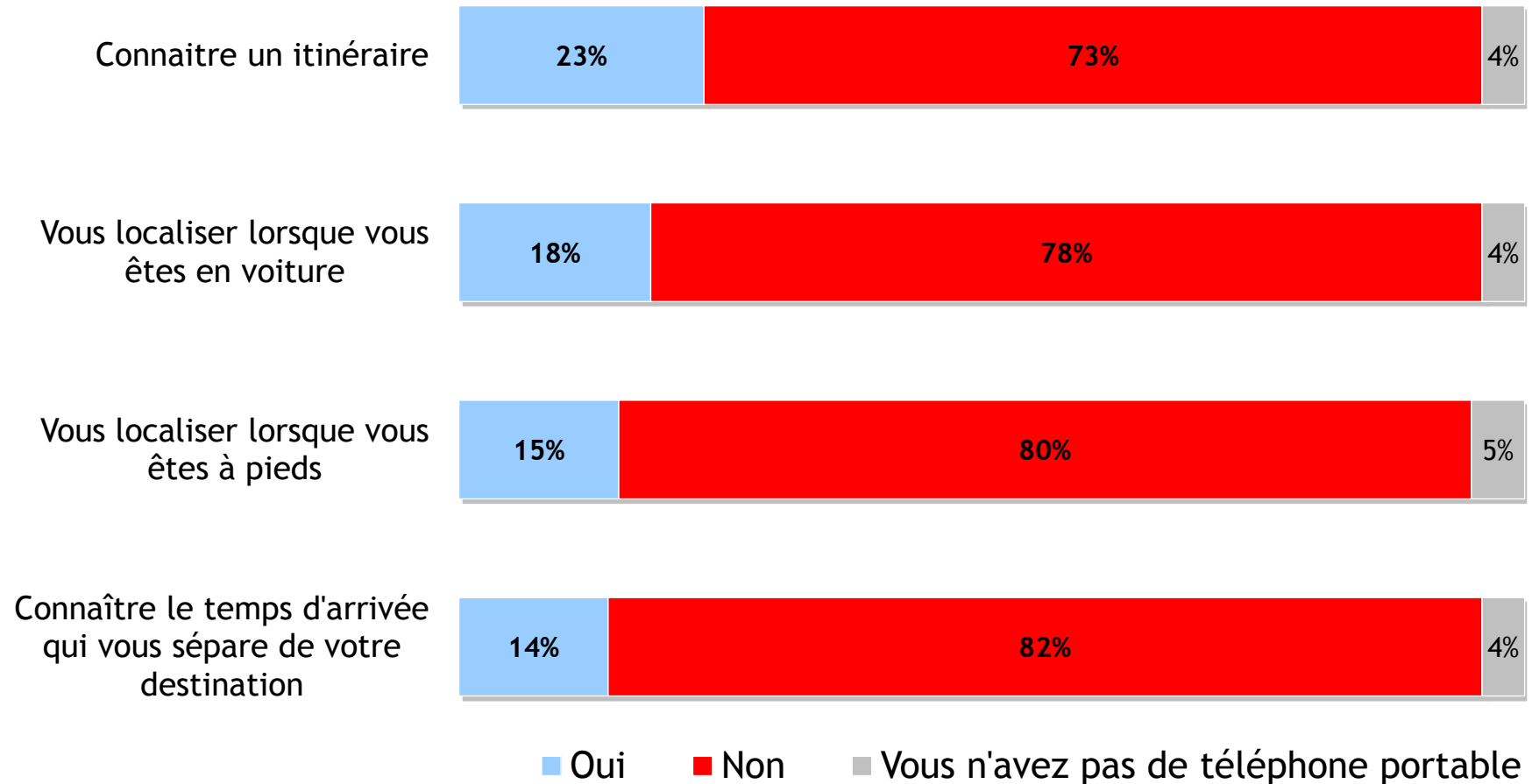
La possession d'un système électronique de positionnement

Question: Disposez-vous d'un système électronique de positionnement (géolocalisation) ?

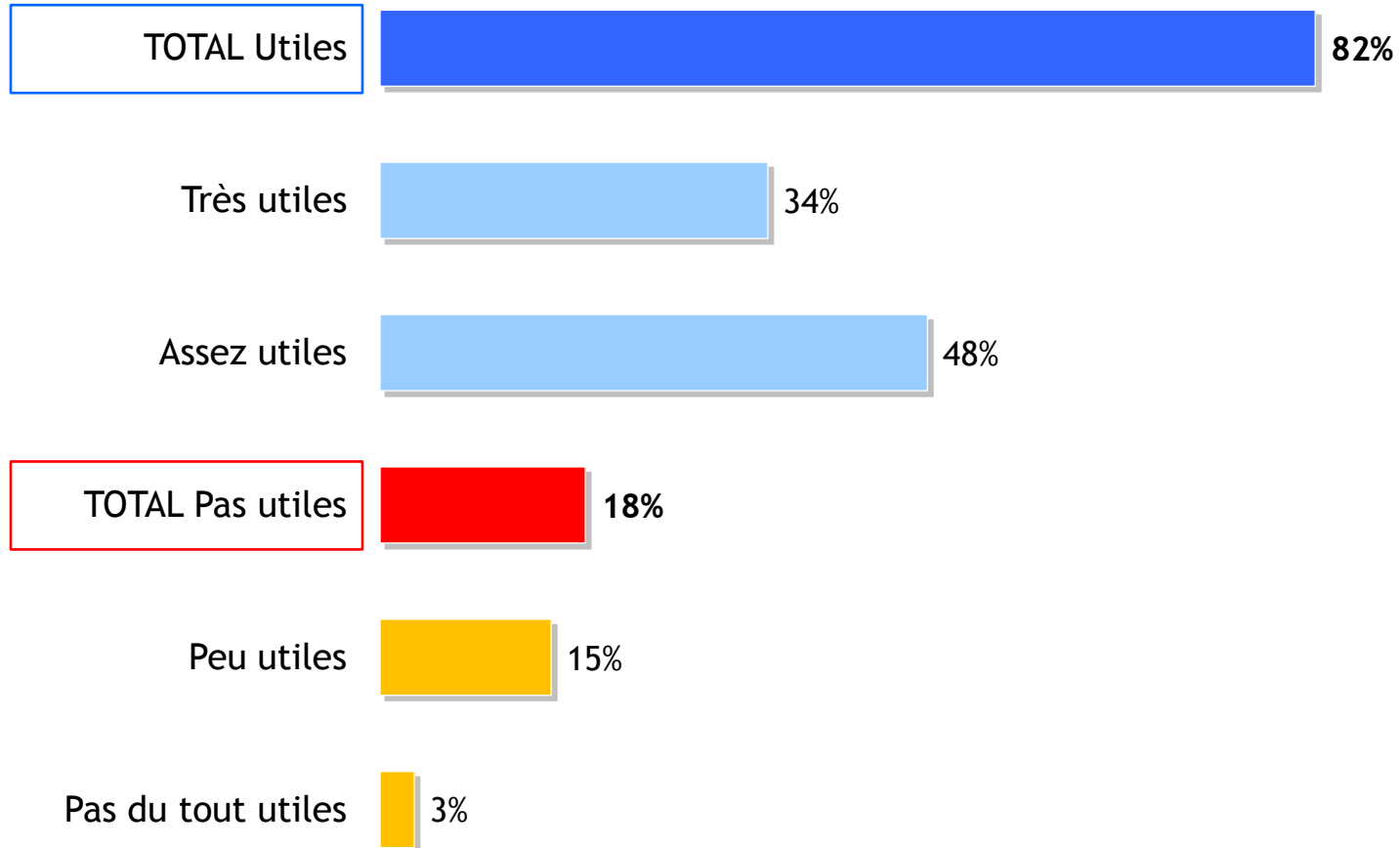


L'utilisation du téléphone portable à des fins de géolocalisation

Question: Utilisez-vous votre téléphone portable pour... ?



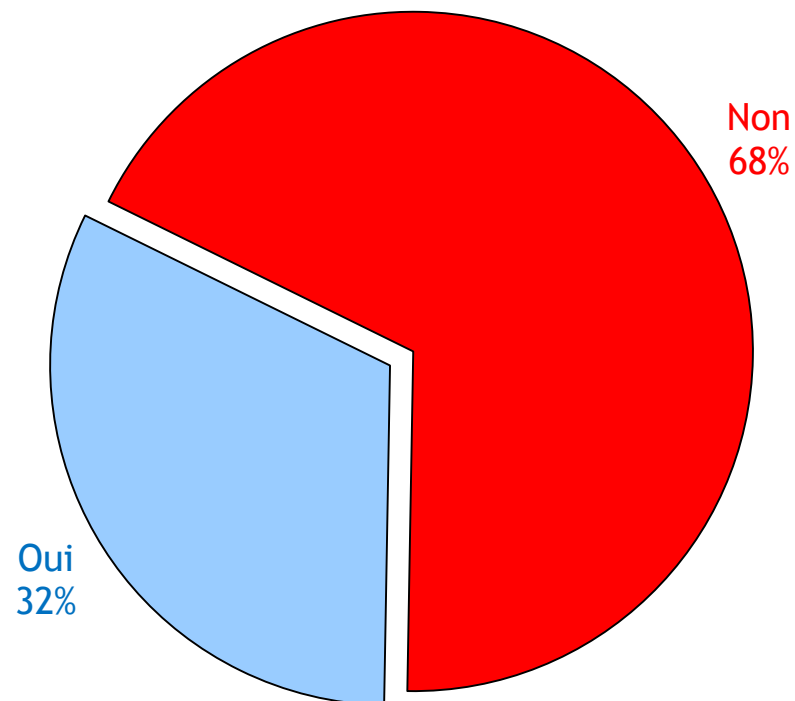
Question: Diriez-vous que ces systèmes de géolocalisation sont... ?



B | L'utilisation de la géolocalisation

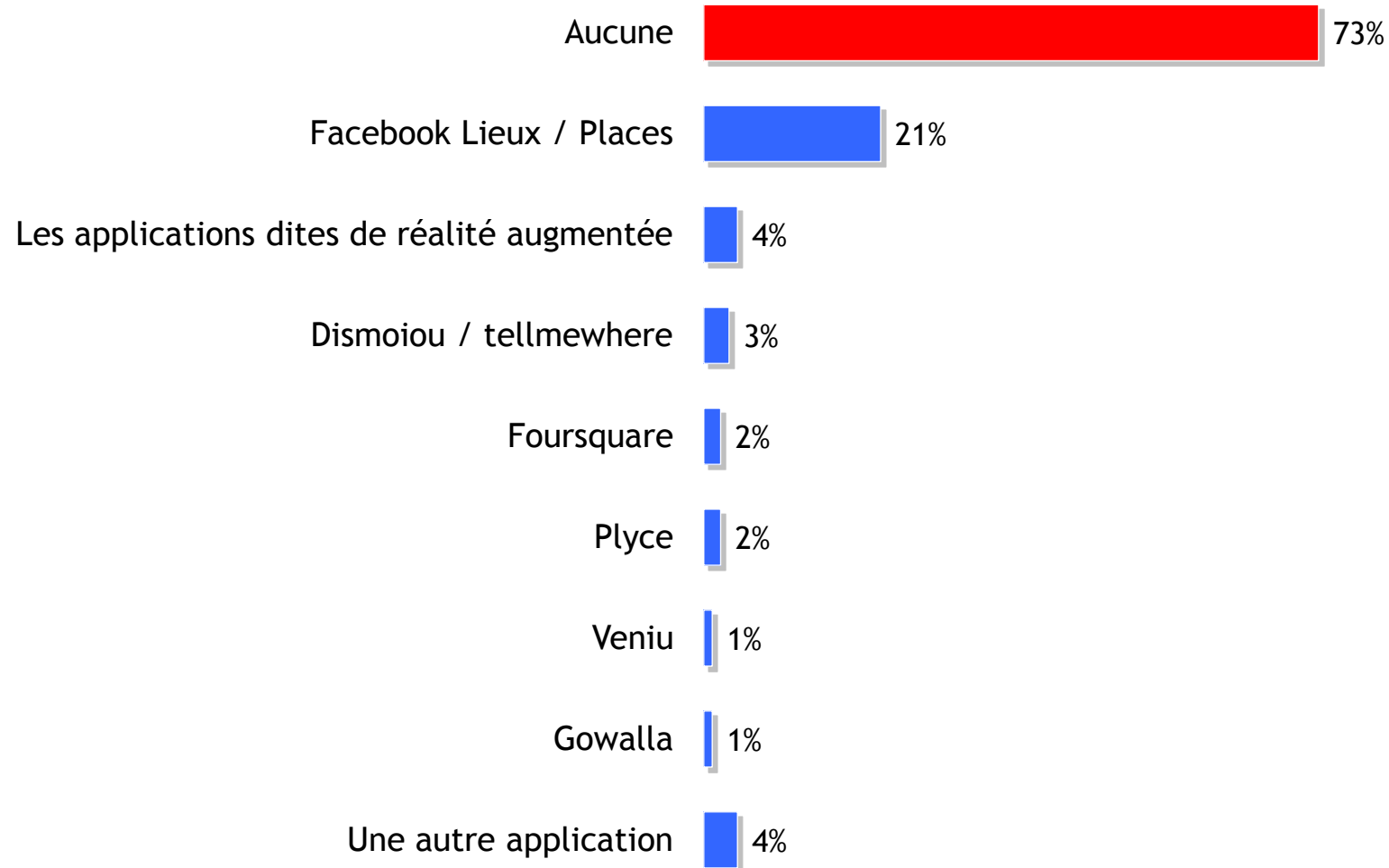
L'utilisation d'un système de géolocalisation pour trouver des boutiques / points de vente

Question: Utilisez-vous un système de géolocalisation pour trouver des boutiques/points de vente ?

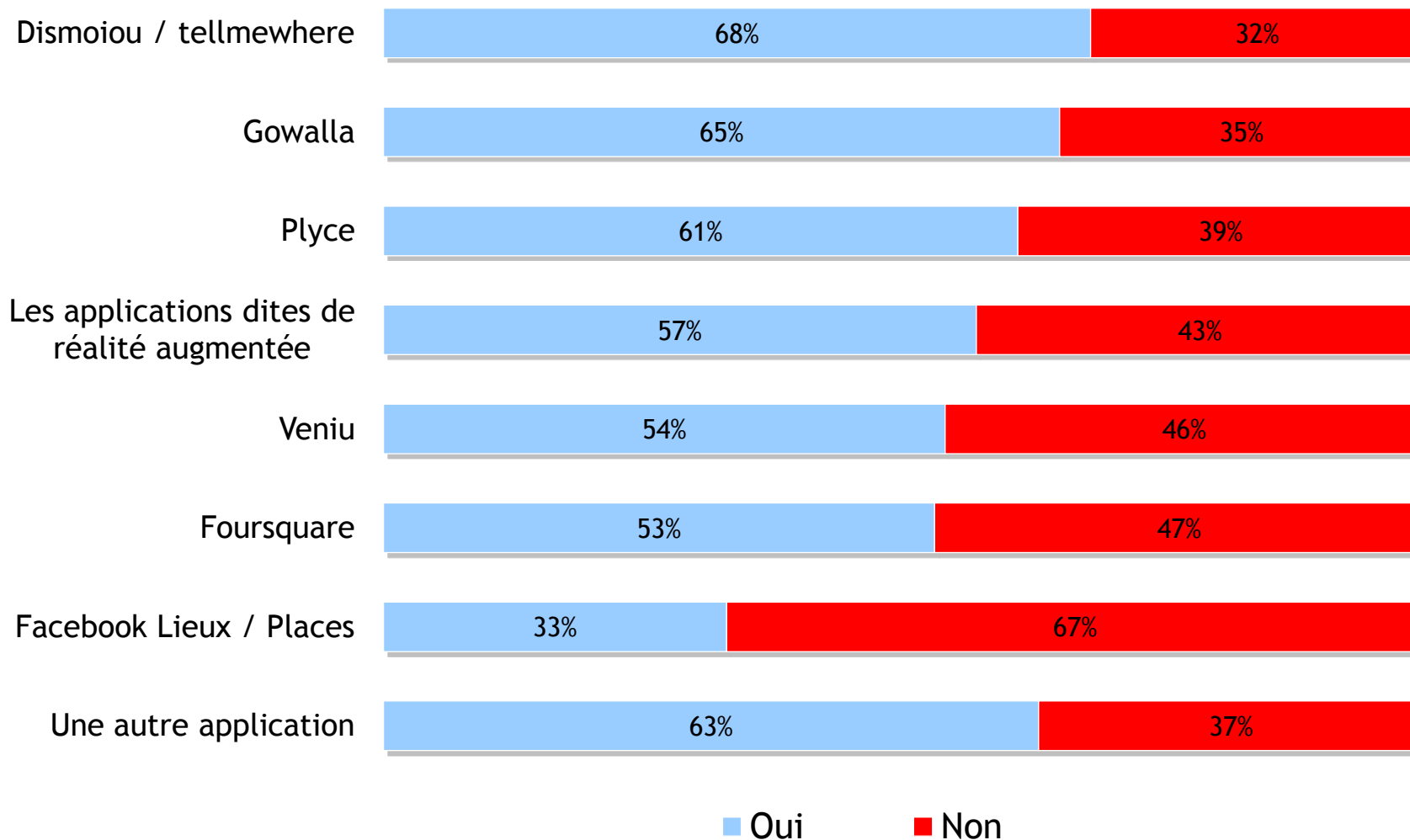


Le niveau de notoriété des différentes applications informatiques de géolocalisation

Question: *Il existe des applications informatiques qui utilisent la géolocalisation pour vous proposer des services personnalisés selon votre position géographique. Parmi les applications suivantes, lesquelles connaissez-vous ?*

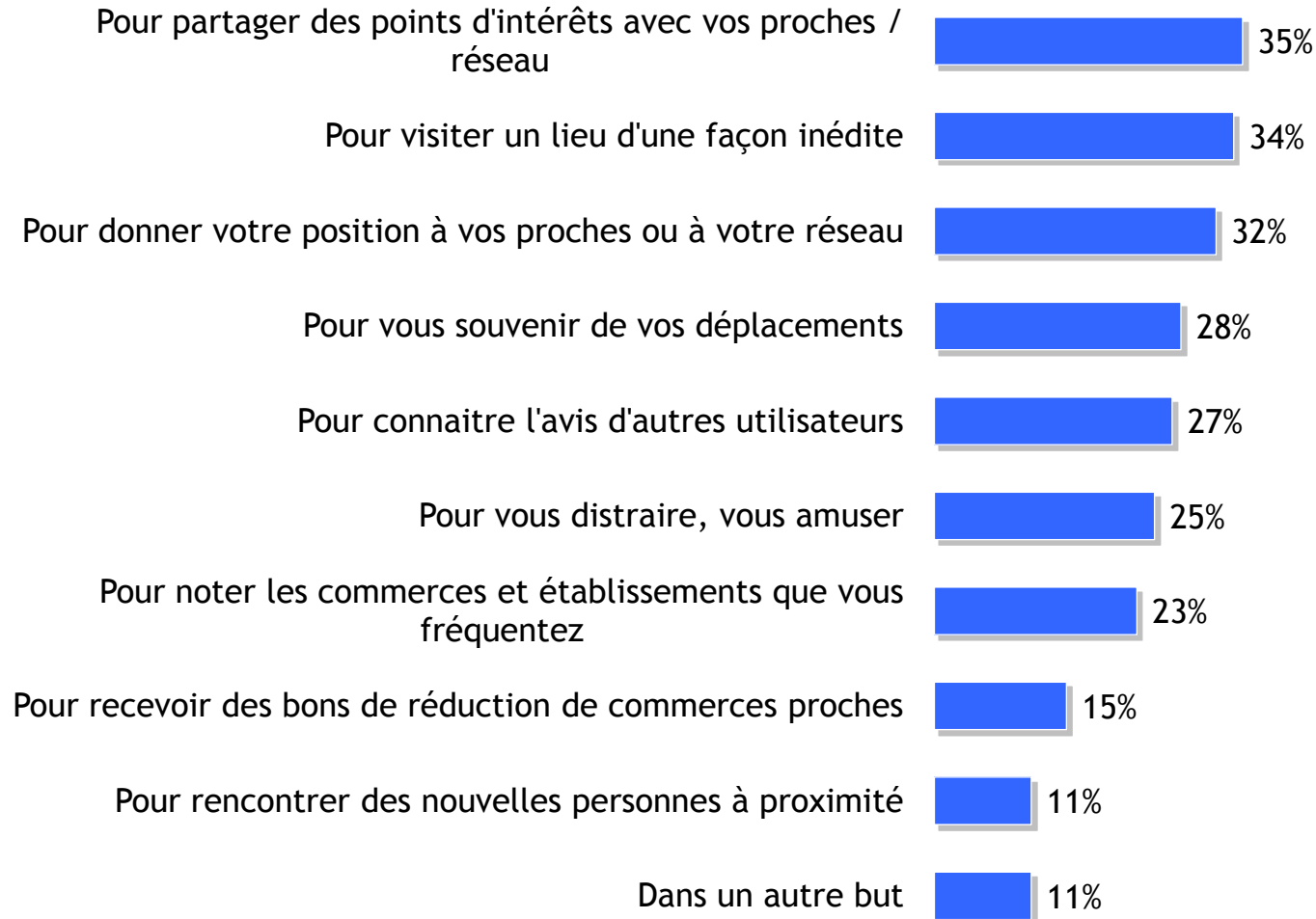


Question: Utilisez-vous les applications suivantes de recommandation utilisant la géolocalisation ?



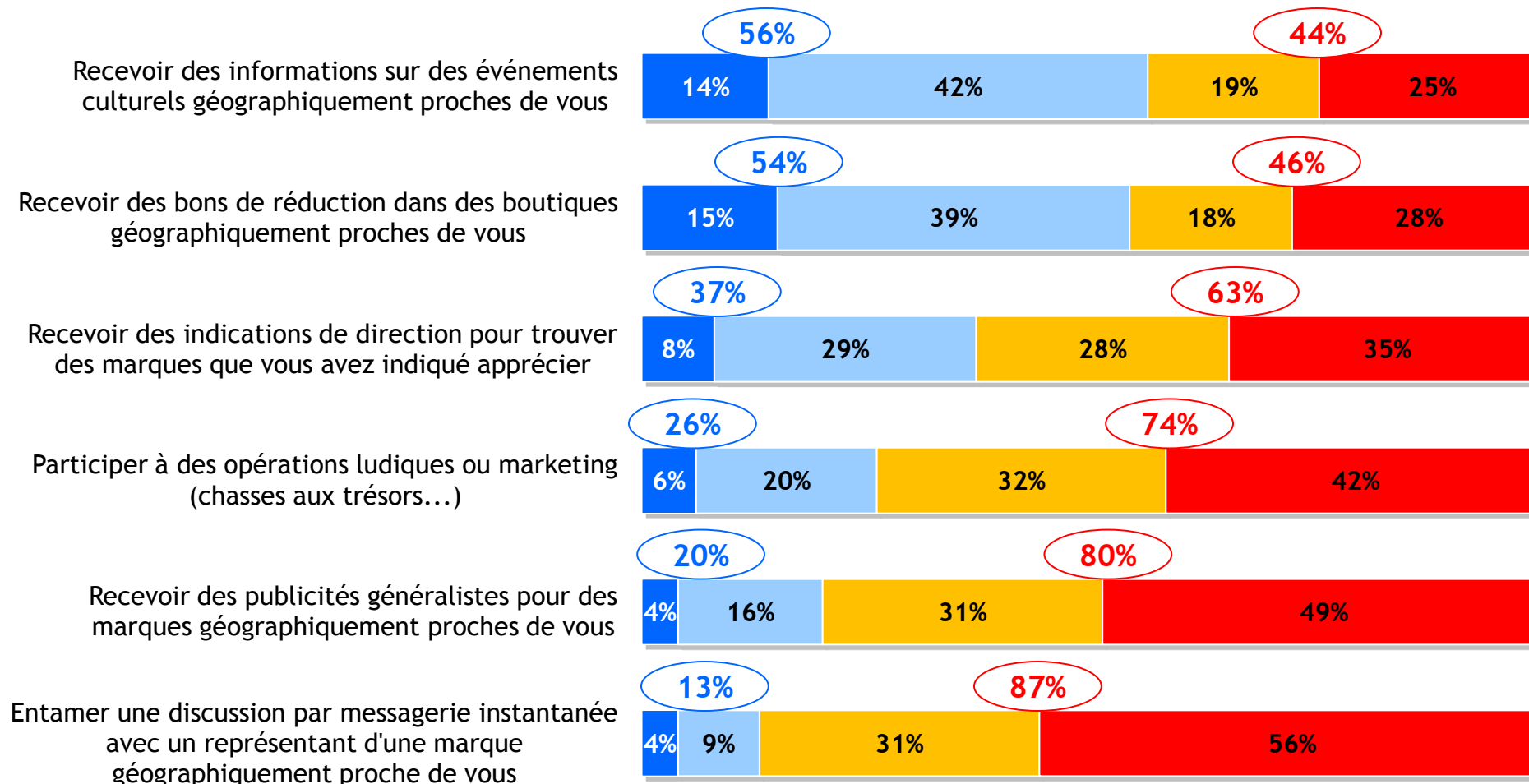
Les buts d'utilisation des applications utilisant la géolocalisation

Question: Dans quel but utilisez-vous ces applications utilisant la géolocalisation ?



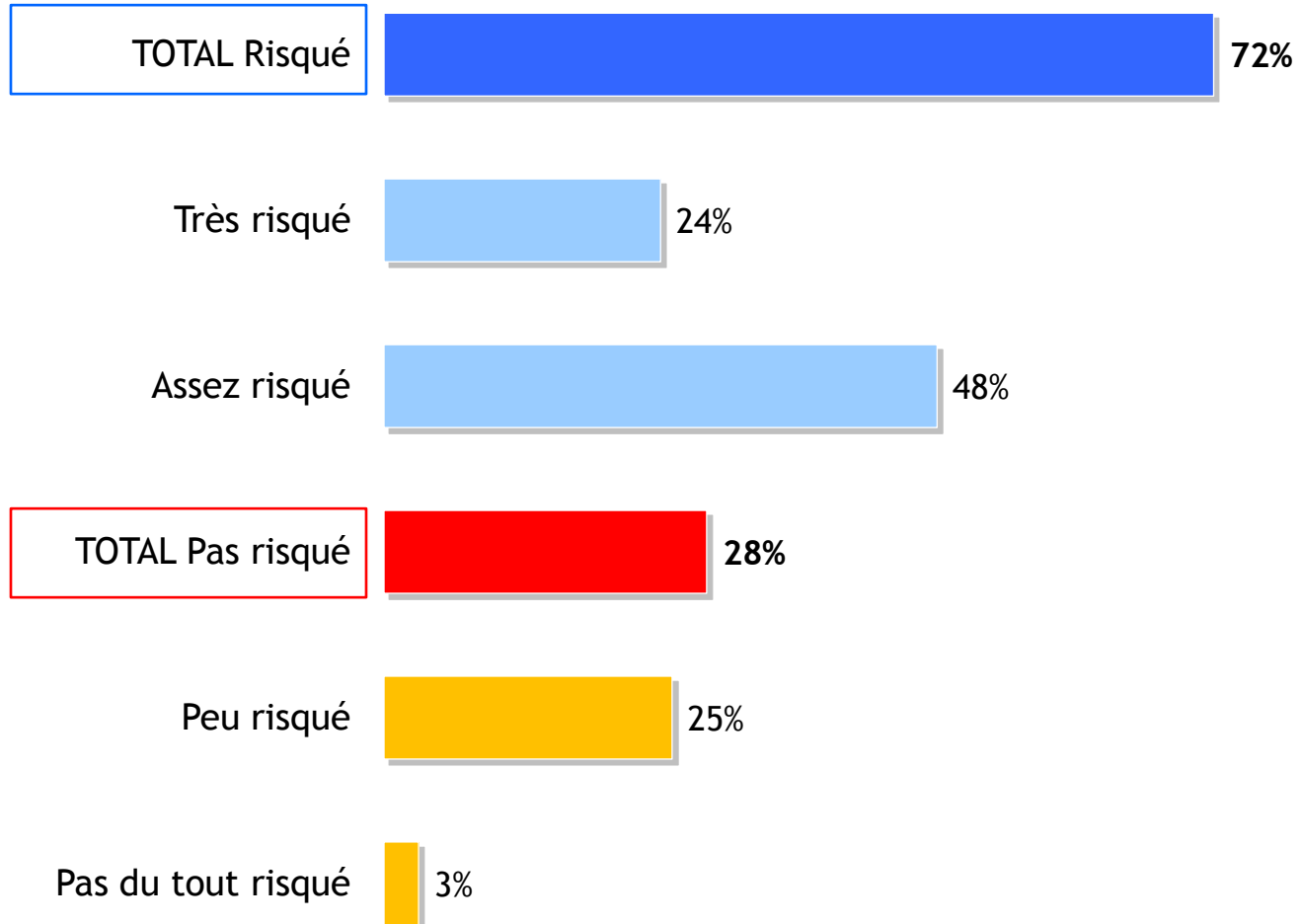
Le souhait de bénéficier de différentes options liées à la géolocalisation

Question: Si vous utilisiez un téléphone capable de prendre en compte votre position géographique, accepteriez-vous de... ?

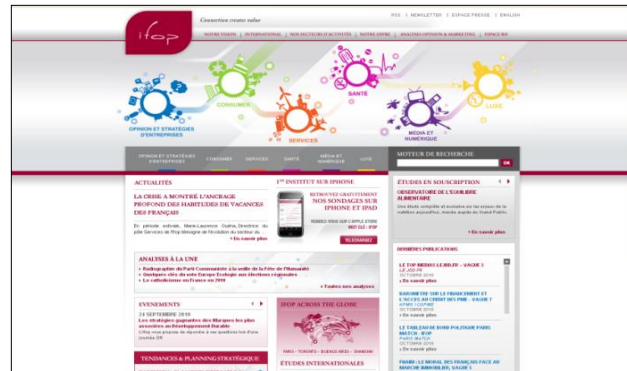


■ Oui, certainement ■ Oui, probablement ■ Non, probablement pas ■ Non, pas du tout

Question: Selon vous, est-il risqué de diffuser sur Internet en temps réel sa localisation géographique ?



...visitez notre site web :
www.ifop.com



...et restez connecté avec nos publications :



Alertes d'actualité



Facebook



Twitter



iPhone

Frédéric MICHEAU

Directeur Adjoint

Département Opinion et Stratégies d'entreprise

frederic.micheau@ifop.com

Ifop

35 rue de la Gare

75019 Paris

📞 01 45 84 14 44

A propos du Groupe Ifop :

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...

Internet et Webosphère à l'Ifop :

Internet à l'Ifop, c'est plus de 500 études par an couvrant tous les secteurs de l'opinion et du marketing, des interventions sur les cinq continents, avec des équipes et des moyens techniques intégrés, une gamme d'outils spécifiquement conçus pour le web (Flashweb, WebExplorer, etc.) ainsi que la déclinaison en ligne de nos outils leaders (IdeaMap, Ad+, etc).