

Le rapport des Français à l'écrit et au papier

Sondage Harris Interactive pour les Nouveaux Débats Publics

Enquête réalisée en ligne par l'institut Harris Interactive les 17 et 18 mai 2011. Echantillon de 1001 individus issus de l'access panel Harris Interactive, représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région d'habitation de l'interviewé(e).

Paris, le 23 mai 2011 - A la demande des *Nouveaux Débats Publics*, et à l'occasion de la sortie de l'ouvrage « L'écrit fait de la résistance » par Raymond Redding, Harris Interactive a interrogé un échantillon national représentatif afin d'identifier le regard porté par les Français sur le papier comme support, que ce soit en matière administrative ou personnelle.

Quels sont les principaux enseignements de cette étude ?

1. Il existe un **lien très fort dans l'esprit des Français entre écrit, support papier et lecture d'un livre ou d'un journal** : lorsqu'ils pensent à l'écrit, les Français évoquent spontanément le livre, mais aussi le journal ou la lettre ; le livre papier étant privilégié au livre numérique par 93% des sondés, 77% jugeant même que cette préférence se maintiendra dans dix ans.
2. **Le papier constitue aussi le support privilégié pour recevoir différents documents personnels**, du bulletin de paie (87% des salariés) aux messages d'amour, d'amitié et familiaux (64%). Le support numérique (e-mail) est privilégié pour des contenus peu personnalisés (publicité : 56%).
3. **Le papier est également désigné comme le support idéal pour conserver les documents importants**, qu'ils soient administratifs comme un bulletin de paie (91% des salariés) et un contrat d'assurance (87%), ou émotionnel comme un message d'amour ou d'amitié (68%).

Dans le détail :

L'écrit est très fortement associé à la lecture d'un livre ou de la presse, et donc au support papier

Lorsqu'on leur parle de « l'écrit », les Français évoquent **spontanément** des mots liés à l'activité de lecture, qu'il s'agisse d'un « livre » (terme massivement le plus utilisé), voire plus précisément d'un « roman », ou des journaux/de la presse. Cette association intuitive entre écrit et support papier se vérifie par l'apparition du champ lexical de l'écriture : « stylo », « papier », « encre » Notons également la récurrence forte d'une maxime célèbre : « les paroles s'envolent, les écrits restent ».

Pour tous les Français, mais plus fortement encore pour les jeunes, le livre est et va rester un objet d'encre et de papier

Par ailleurs, la **quasi-totalité des Français (93%) déclare aujourd'hui trouver plus agréable et confortable de lire un livre sur papier** qu'un livre numérique. Et **même dans 10 ans, les personnes interrogées se projettent davantage dans le choix du papier que dans le choix du livre numérique**, même si dans des proportions moins écrasantes (77% contre 20%). Ce choix du papier, pour le présent comme pour l'avenir, est particulièrement unanime parmi les femmes (respectivement 97% et 81%), mais aussi, contre-intuitivement, parmi les 18-24 ans (98% et 91%).

Le papier est le support privilégié de tout document ayant une valeur particulière, que celle-ci soit administrative, financière ou émotionnelle

87% des salariés préfèrent aujourd'hui recevoir leur bulletin de paie sous format papier, pour seulement 10% préférant un support numérique, avec envoi par e-mail. Par ailleurs, **plus de six Français sur dix préfèrent également recevoir une facture ou un relevé de compte bancaire par courrier papier** (respectivement 63% et 61%), quand un peu plus d'un tiers opterait pour le courrier électronique. Concernant ces trois types de documents « officiels », les catégories les plus attachées au papier sont les femmes (respectivement 94%, 66% et 64% pour 80%, 61% et 57% des hommes), les 35-

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6ème rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Harris Interactive

5-7 rue du Sahel 75 012 Paris
01 44 87 60 30

Contact presse Harris Interactive

Laurence Lavernhe – 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy – Directeur du Département Opinion & Corporate – 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr