



**Observatoire du Club Courrier**  
**Les jeunes et le courrier**  
Juin 2011

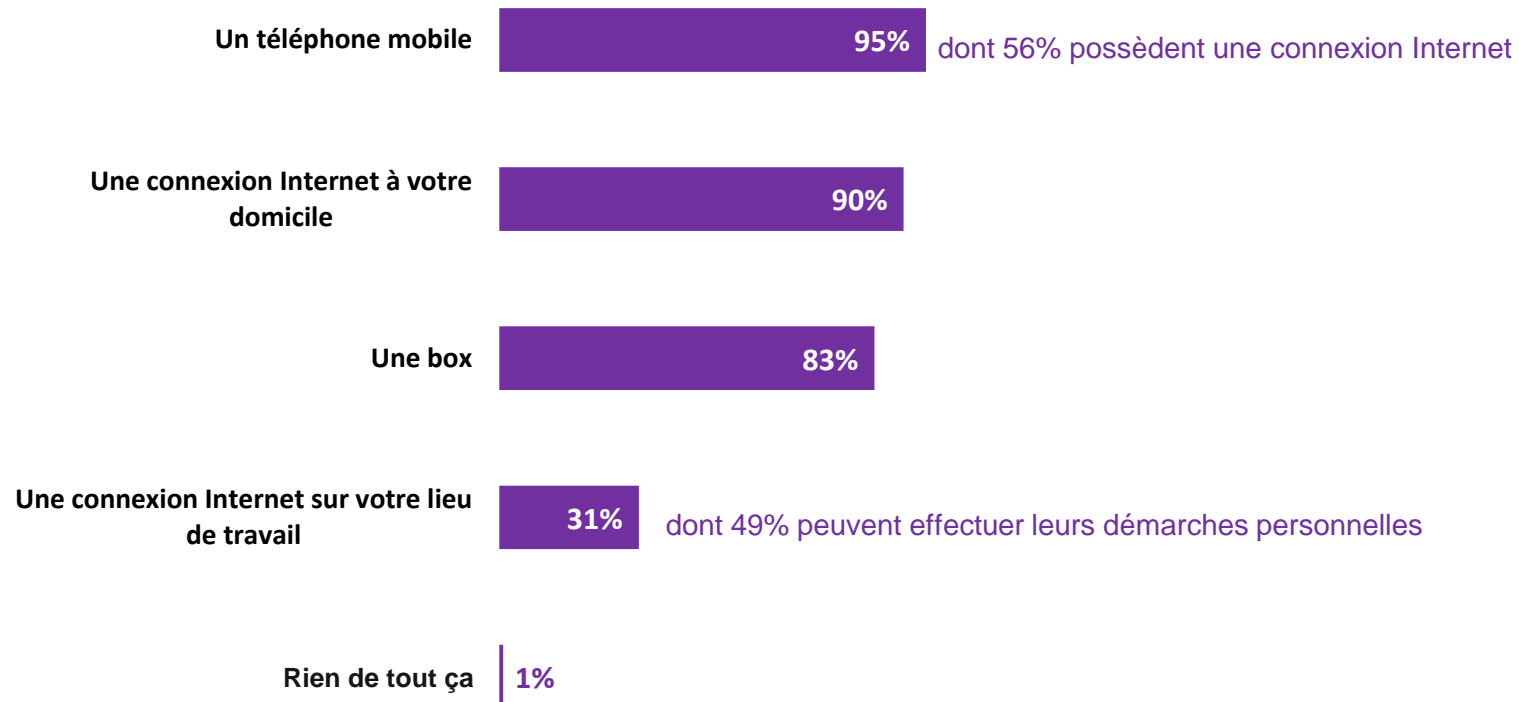
2, rue de Choiseul • CS 70215 • 75086 Paris Cedex 02  
Tél. : (33) **01 44 94 40 00** • Fax : (33) 01 44 94 40 01  
[www.csa.eu](http://www.csa.eu)

SA au capital de 3 387 456 € • Siren 308 293 430 • RCS Paris : 308 293 430 • APE 741 E  
TVA intracommunautaire FR 46 308 293 430



- **Mode de recueil** : Les interviews ont été réalisées par téléphone sur système CATI (interview téléphonique assistée par ordinateur) au domicile des personnes interrogées, entre 17h et 21h dans la période du 6 au 17 Juin 2011.
- **Durée moyenne de passation du questionnaire** : 15 min en moyenne
- **Echantillon et quotas** : **803 personnes** ont été interrogées selon la méthode des quotas : sexe, âge, CSP, région UDA, etc... Afin de pouvoir lire les résultats sur la base des 18-29 ans, **200 jeunes ont été interrogés** (soit 25% de l'échantillon), puis ramenés à leur juste poids dans la population française lors de l'analyse (19%).
- **Degré de significativité statistique des résultats** : (95%) ce qui signifie que les marges d'erreur sont incluses entre  $\pm 3,5$  points et  $\pm 1$  point. Ainsi pour un résultats de 50%, les marges d'erreur sont comprises entre 46,5% et 53,5%.

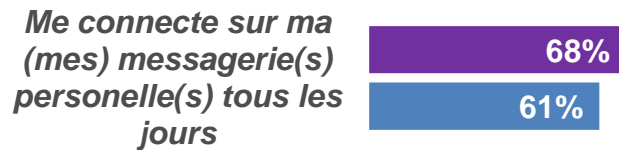
**93% des moins de 30 ans ont accès à Internet** que ce soit depuis chez eux ou sur leur lieu de travail  
 (vs 87% pour l'ensemble des Français)  
**Ils possèdent en moyenne 2,3 adresses** (vs 2 pour l'ensemble des Français)





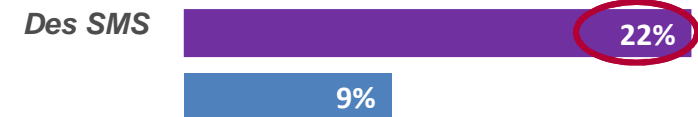
# I. Perception du courrier papier

## La boîte aux lettres : un point de passage incontournable au quotidien



## Si les SMS sont le mode de communication favori des 18-29 ans, ils apprécient autant que l'ensemble des Français recevoir du courrier dans leur boîte aux lettres

- Vous personnellement, aimez-vous recevoir ... ?  
Réponses : Oui beaucoup

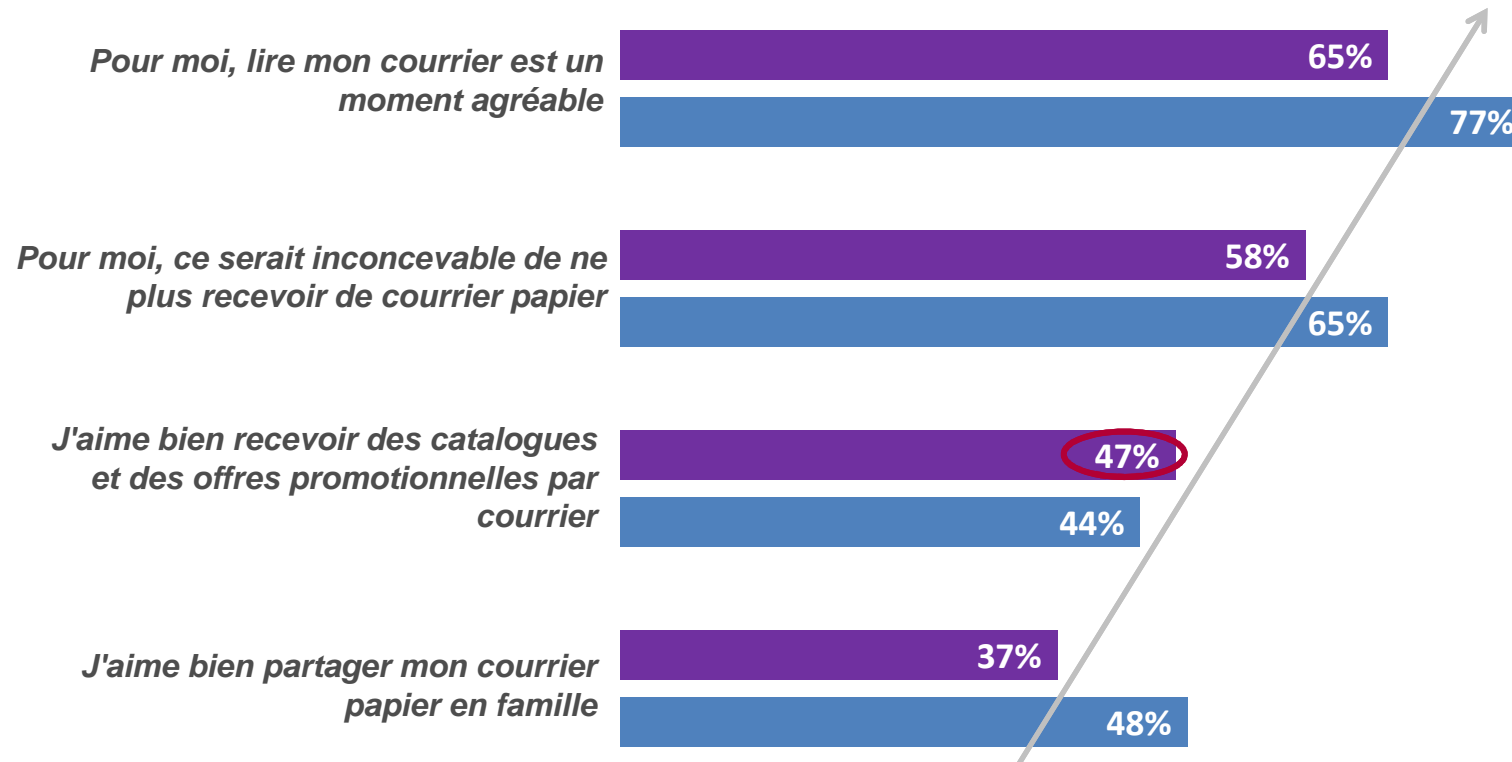


Base 18-29 ans (n=153)

Base ensemble (n=803)

**Le courrier papier étant assimilé à un moment de plaisir, ne plus en recevoir apparaît inconcevable à tous âges**

- Pour chacune des phrases suivantes, dites-moi si vous êtes d'accord ...

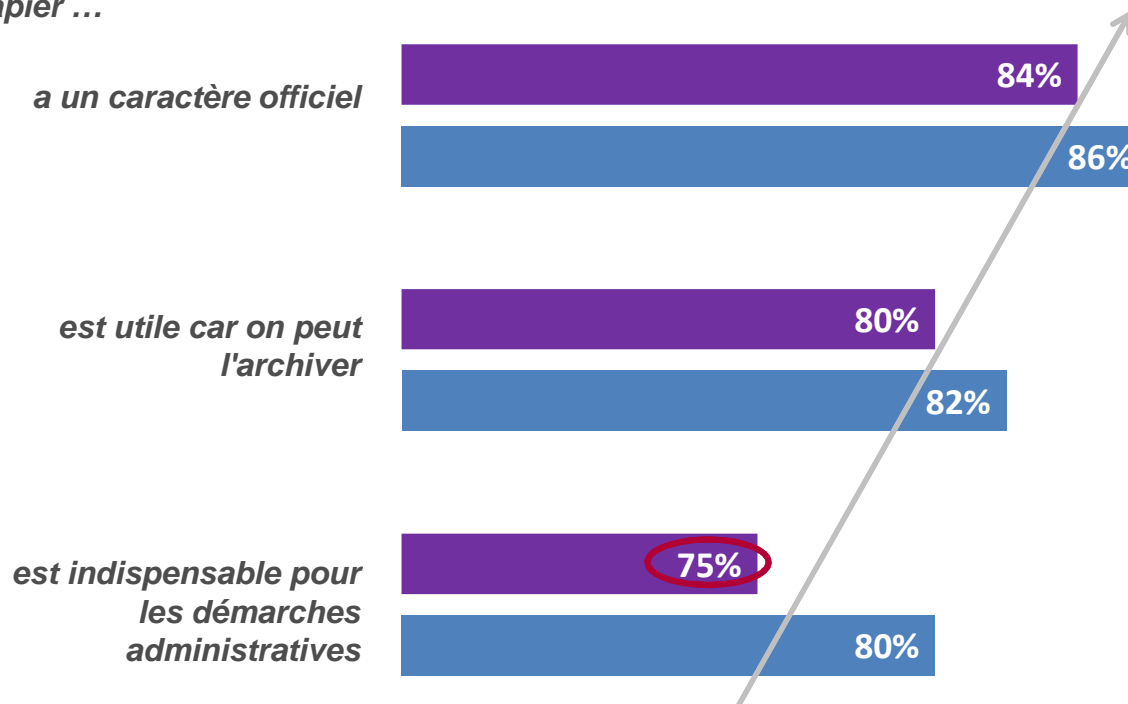


Base 18-29 ans (n=153)

Base ensemble (n=803)

- Et êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

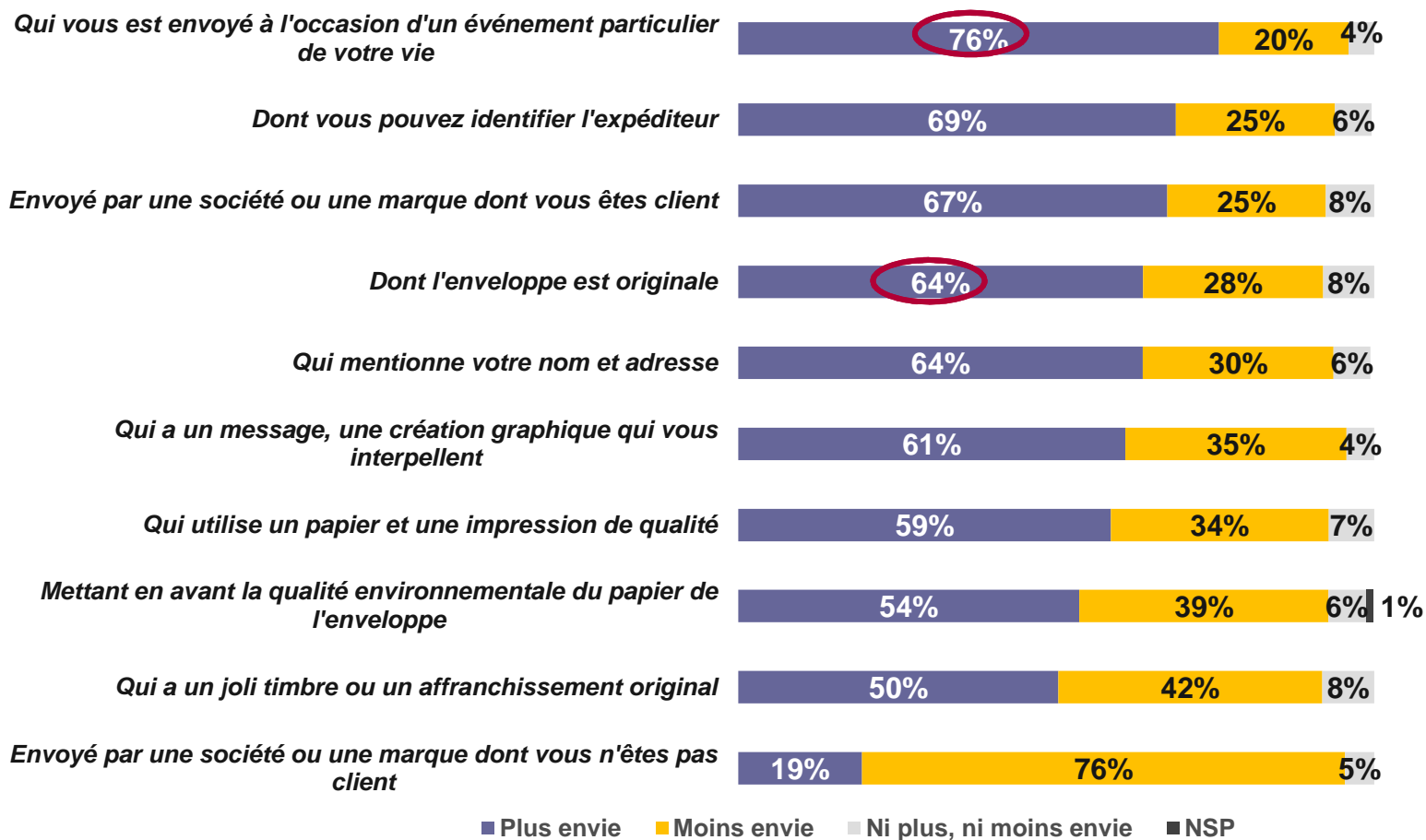
## Le courrier papier ...



Base 18-29 ans (n=153)

Base ensemble (n=803)

- De manière générale, avez-vous plus ou moins envie d'ouvrir un courrier papier ... ?



Ensemble population (N=803)  
Plus envie

(64%)

(65%)

(64%)

(57%)

(61%)

(57%)

(52%)

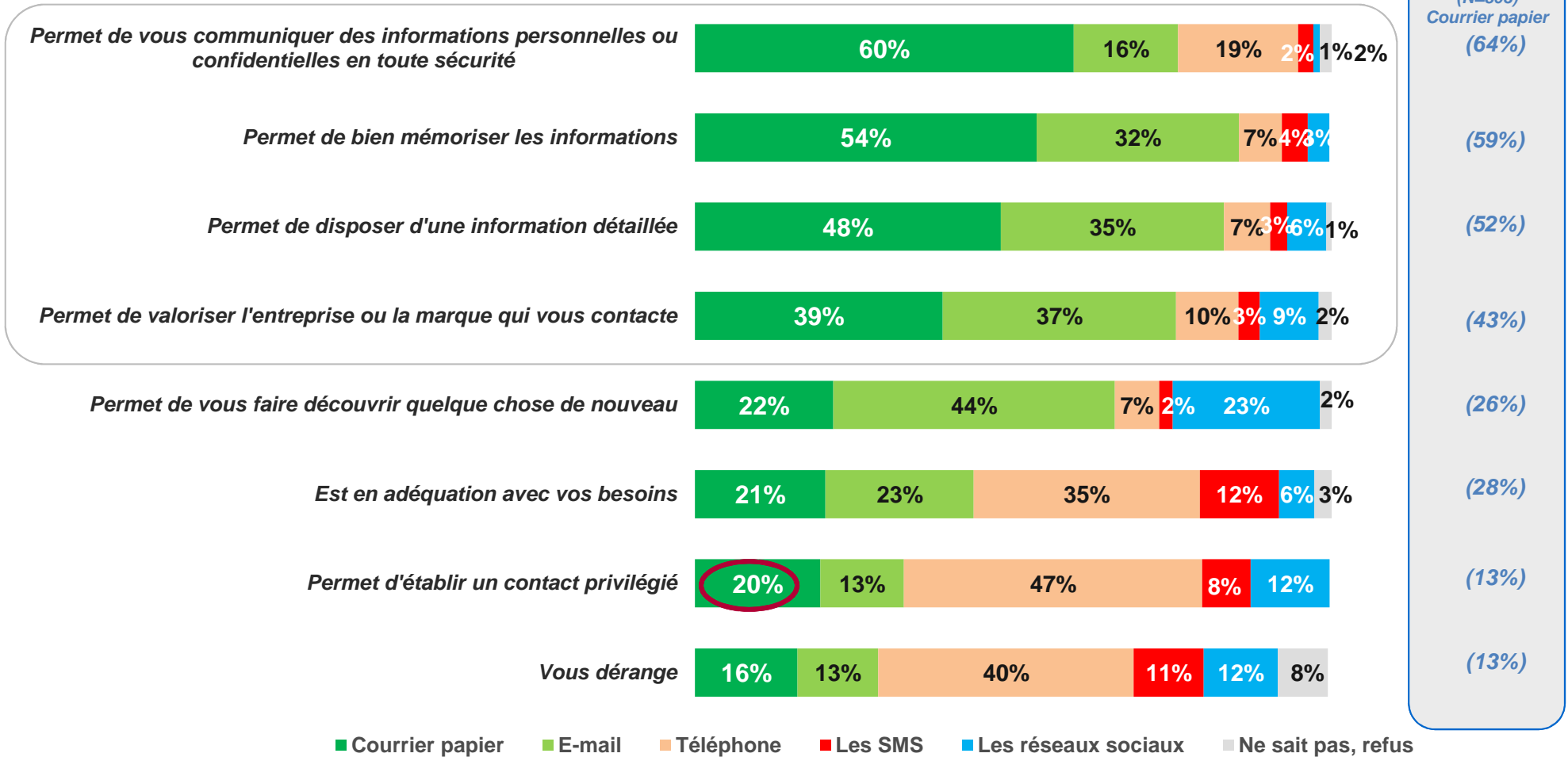
(51%)

(51%)

(20%)

Base 18-29 ans (n=153)

- Pour chacune des dimensions suivantes, dites-moi si elle convient mieux selon vous au téléphone, à l'e-mail, au courrier papier, au sms ou aux réseaux sociaux lorsqu'on vous contacte à votre domicile ?

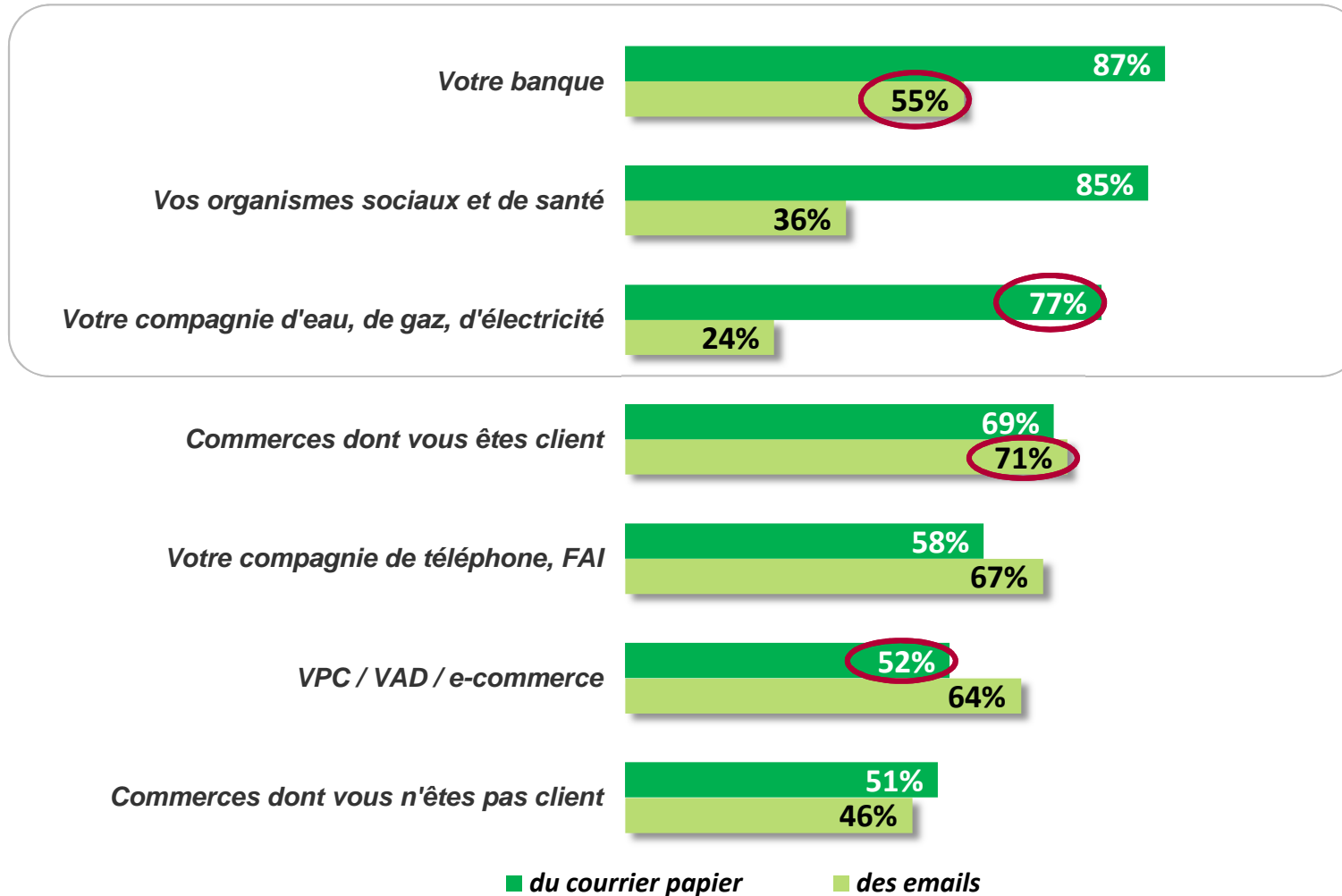


Base 18-29 ans (n=153)



## II. Satisfaction des moyens de communication utilisés

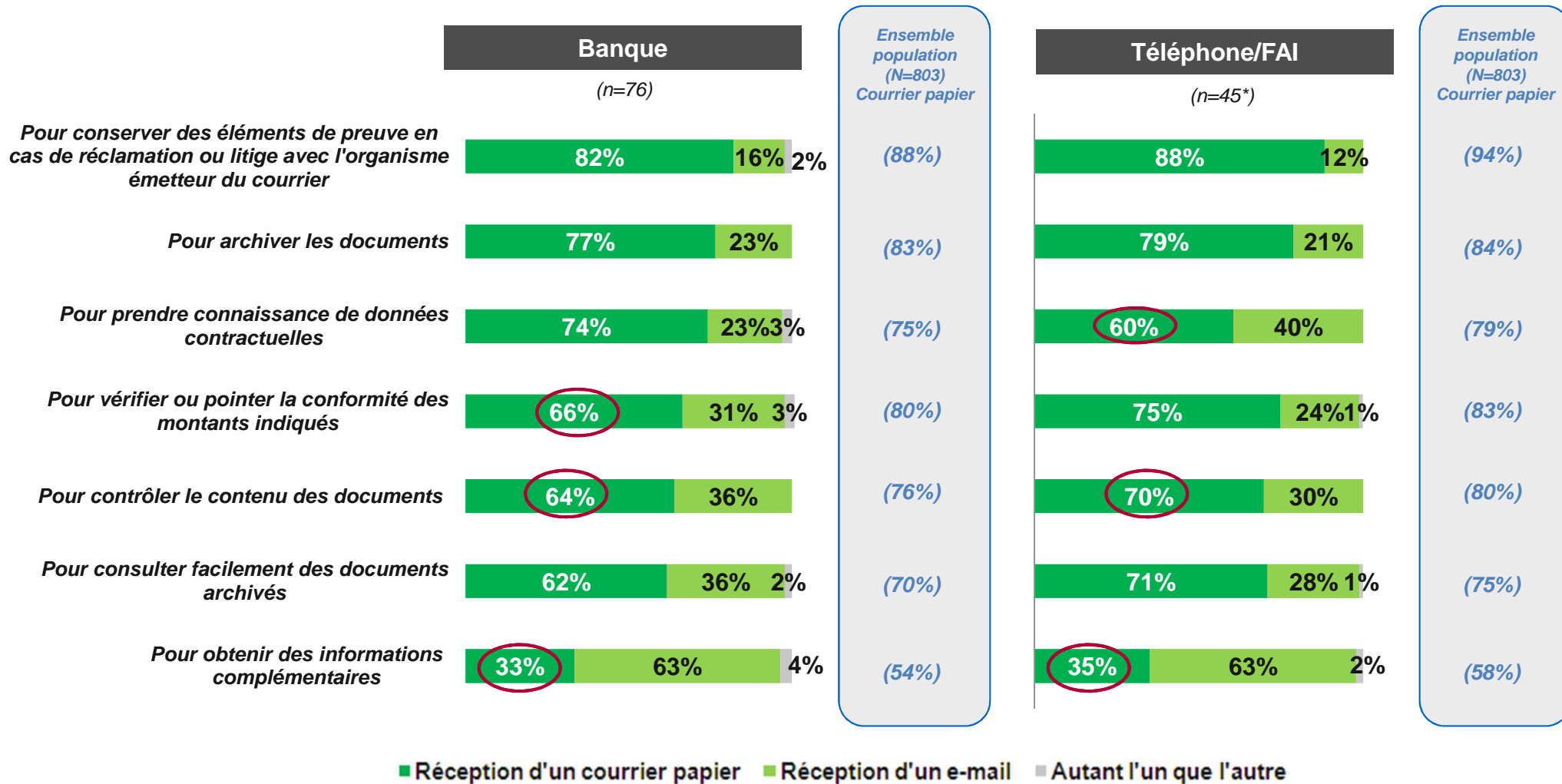
- Vous même, recevez-vous ne serait-ce qu'occasionnellement du courrier papier, des emails de la part de ... ?



Ensemble population (N=803)	
papier %	e mail %
(89%)	(47%)
(88%)	(34%)
(87%)	(27%)
(66%)	(66%)
(54%)	(69%)
(61%)	(63%)
(59%)	(43%)

Base 18-29 ans (n=153)

- Toujours à propos des courriers de gestion, pour chacune des dimensions suivantes, préférez-vous recevoir un courrier papier ou un e-mail ... ?

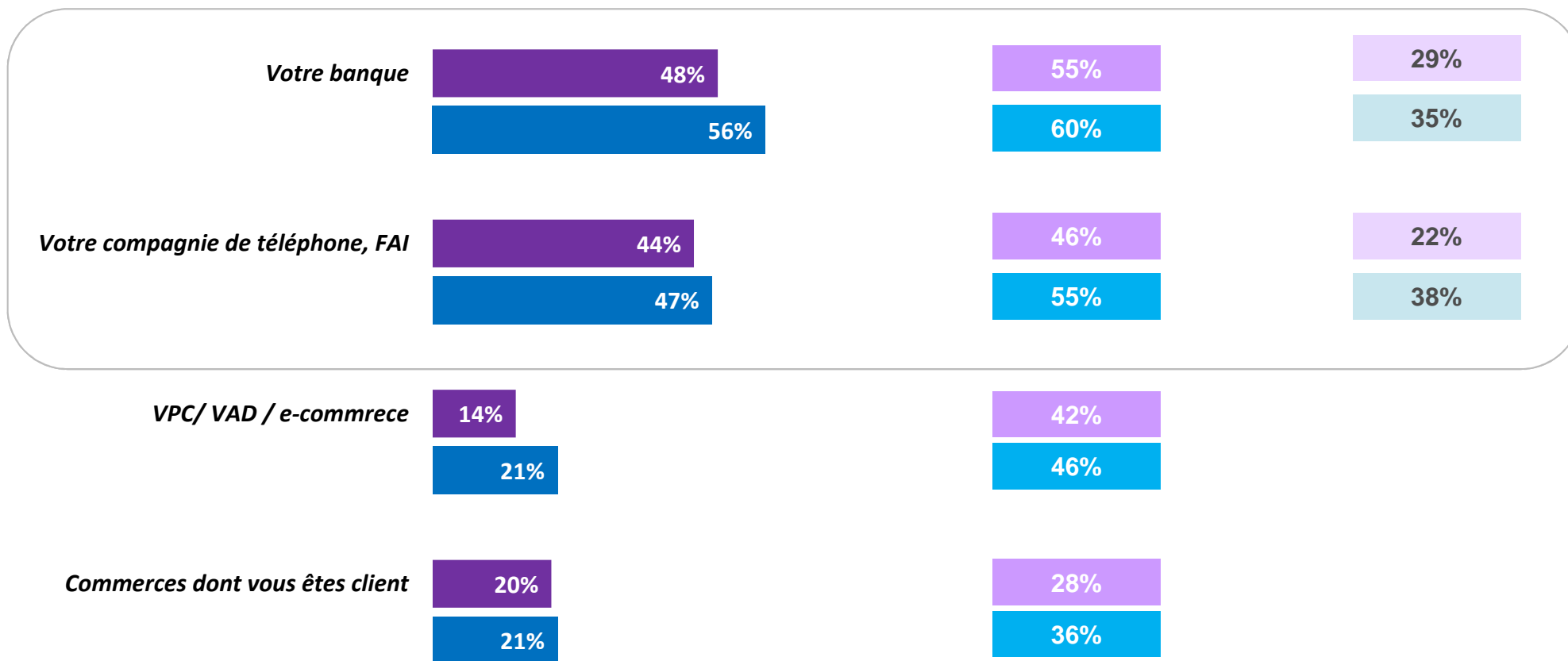


18-29 ans qui reçoivent du courrier papier de gestion la part de ....

*Indispensable de recevoir du courrier relationnel papier de ...*

*Sinon, baisse de la qualité de service*

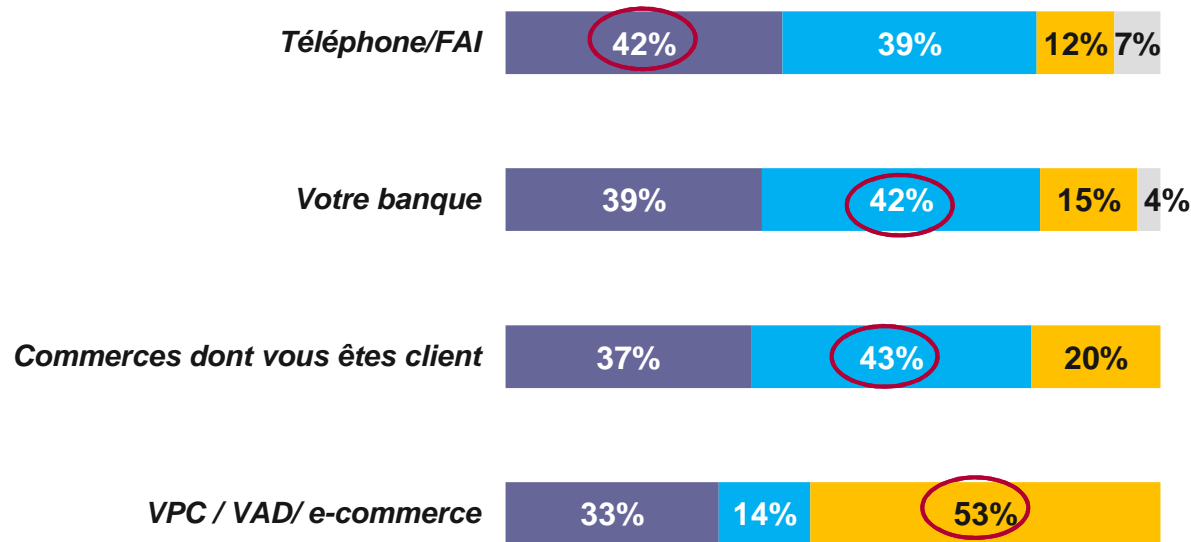
*Serait prêt à changer de prestataire*



18-29 ans qui reçoivent du courrier papier de gestion la part de ...

Ensemble population qui reçoit du courrier papier de gestion la part de ...

- Vous recevez des e-mails de gestion de la part de...?



- A votre demande
- Parce que vous avez accepté la proposition de correspondre avec vous par e-mail
- Parce que vous n'avez pas eu le choix, on vous l'a imposé
- NSP

Ensemble population recevant des e-mail de gestion de la part de ...

Demandé % proposé% imposé%

(29%) (31%) (33%)

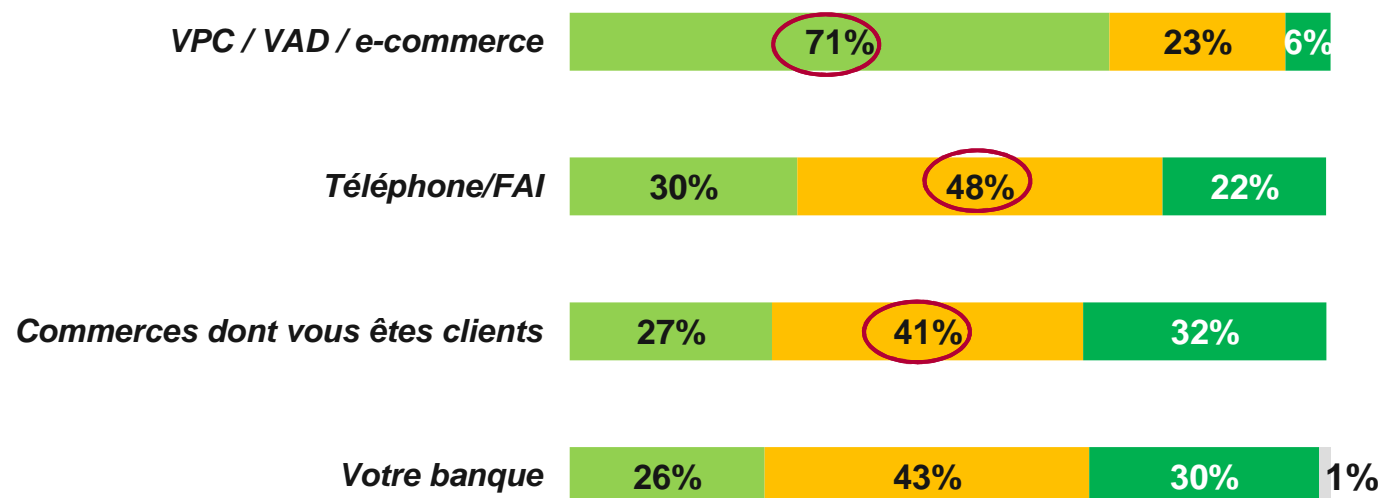
(39%) (36%) (19%)

(25%) (27%) (44%)

(35%) (25%) (37%)

- Vous m'avez dit recevoir des e-mails de la part de ...  
Quelle est exactement votre situation ?

- Vous échangez par voie électronique dès que cela vous est possible
- Vous échangez par voie électronique mais vous voulez recevoir du courrier papier pour certains échanges
- Vous voulez recevoir uniquement du courrier papier
- NSP

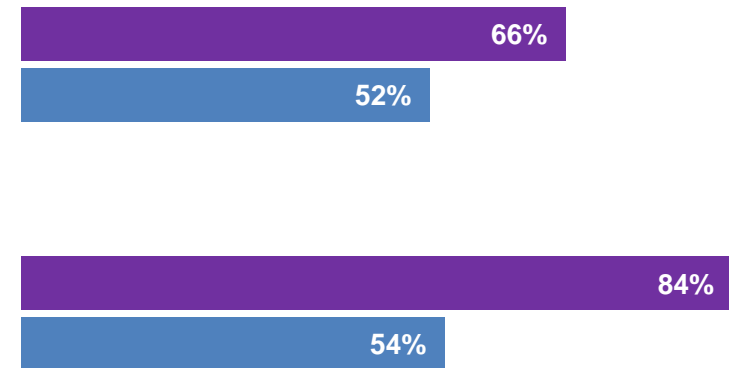
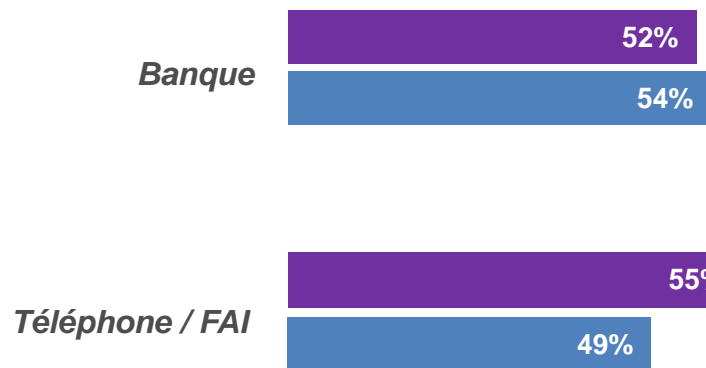


### Ensemble population recevant des e-mail de la part de ...

élec%	mixte%	papier%
(38%)	(38%)	(22%)
(35%)	(38%)	(26%)
(39%)	(31%)	(27%)
(23%)	(44%)	(31%)

*Changerait de prestataire si courrier relationnel papier payant*

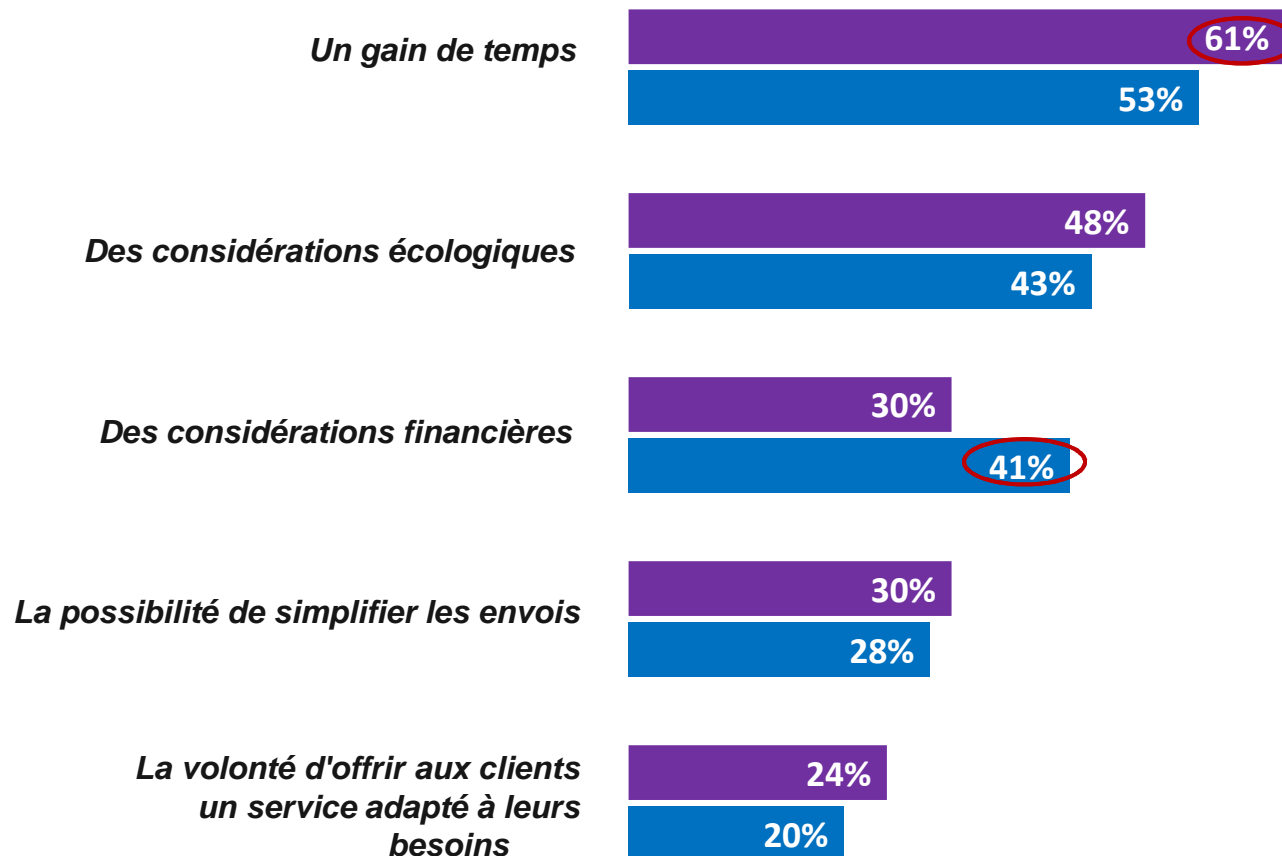
*Correspondrait en ligne uniquement si compensation financière pour abandon du papier*



18-29 ans qui reçoivent des e-mail de gestion de la part de....

Ensemble population qui reçoivent des e-mail de gestion de la part de ....

- Selon vous, pour l'émetteur, la dématérialisation des supports de communication (e-mail, sms) répond avant tout à ... ?

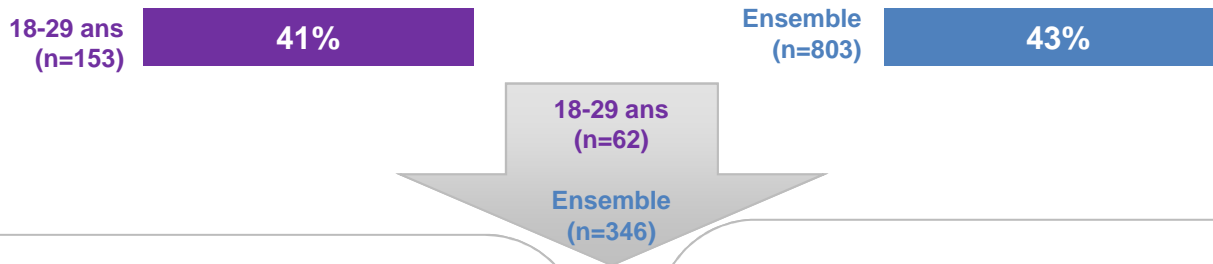


Base 18-29 ans (n=153)  
 Base ensemble (n=803)

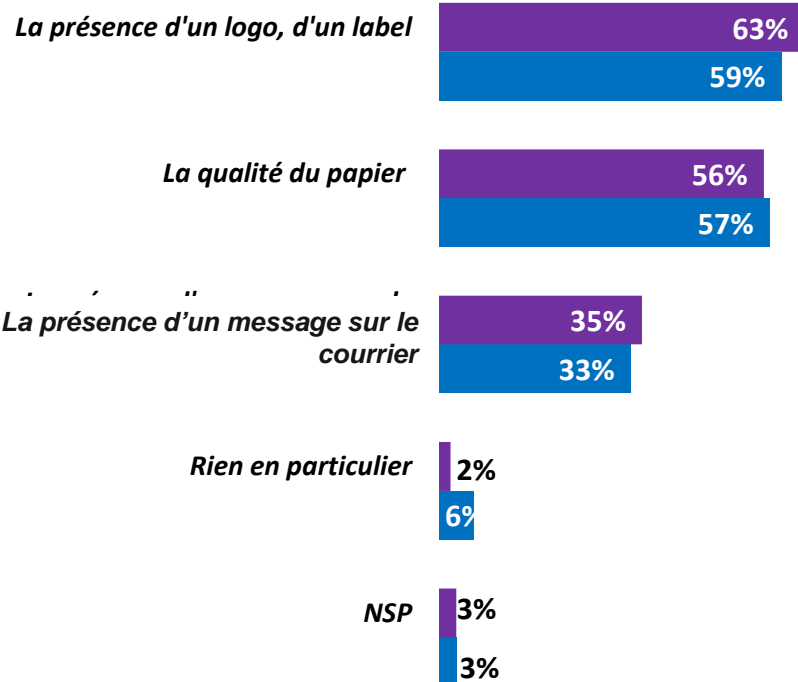


## IV. Les courriers éco-responsables

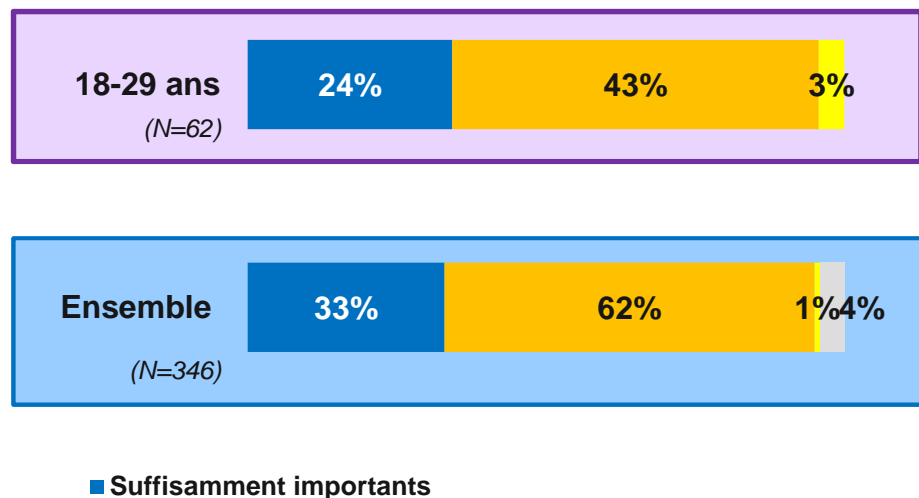
- A déjà remarqué des courriers éco-responsables



- Qu'avez-vous remarqué sur ce type de courriers ?



- Diriez-vous que les efforts fournis par les entreprises sur ses courriers éco-responsables sont ... ?





### *Le courrier papier, un support apprécié de tous*

La plupart d'entre nous imaginent les nouvelles générations accros au virtuel et promptes à la dématérialisation des supports de communication. Cette perception se nuance très fortement, **les différences de comportement n'étant pas tant dans la hiérarchie des perceptions que dans leur intensité.**

Si l'écrit passe essentiellement par les SMS et ou les réseaux sociaux pour les moins de 30 ans, **le courrier papier n'en reste pas moins incontournable.** Deux raisons à cela :

- à l'instar de leurs aînés, le papier revêt **un caractère rassurant**, par son aspect officiel, sa confidentialité et dès lors qu'il y a des informations à étudier ou conserver.
- **sa personnalisation**, le papier permet d'avantage de témoigner d'une attention particulière envers le destinataire. A ce titre, la personnalisation du courrier (adresses, événement particulier, originalité...) donne davantage envie de l'ouvrir.

### *L'abandon du papier au profit de l'e-mail doit se faire en concertation avec le client*

Les moins de 30 ans sont plus nombreux que leurs aînés à demander spontanément ou à accepter la proposition d'une entreprise à communiquer avec eux par mail. Ils s'offusquent également moins du fait qu'une entreprise puisse le leur imposer sans leur demander au préalable. Cela ne signifie pas pour autant qu'ils sont prêts à tout accepter. Leur forcer la main en faisant payer la correspondance papier les conduirait dans une proportion similaire à leurs aînés (plus de 50%) à changer de prestataire. A l'inverse, si on leur propose une compensation financière pour une correspondance tout en ligne, ils acceptent nettement plus favorablement la proposition que l'ensemble des Français, même de la part de leur banque (66% vs 52% grand public).

**Comme leurs aînés, les moins de 30 ans souhaitent avoir l'opportunité, en fonction du type d'échange impliqué, de choisir le support de communication qui leur semble le plus adapté.**



## Principales conclusions (2/2)

### *Des moins de 30 ans davantage préoccupés par l'impact environnemental du courrier*

Les 18-29 ans ne sont pas particulièrement plus attentifs que leurs aînés à la qualité environnementale des courriers qu'ils reçoivent, voire même un peu moins. Lorsqu'ils s'y attachent, c'est avant tout sur des signes extérieurs de communication (logo ou message), in fine, ils restituent davantage d'éléments propres à identifier les courriers éco-responsables que leurs aînés.

Les moins de 30 ans sont également plus convaincus de l'importance de voir les entreprises davantage s'impliquer dans des courriers éco-responsables (74% vs 62% grand public).