



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable



Comportements et besoins des Réunionnais en matière de services et contenus numériques

Rapport de synthèse

Remis à





L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Sommaire

| | |
|---|-----------|
| PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE | 3 |
| ANALYSE DÉTAILLÉE | 6 |
| I. Usages | 7 |
| II. Freins et motivations à l'égard des services et contenus utilisés | 16 |
| III. Prospective et développements | 26 |
| SYNTHÈSE | 43 |



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Contexte et objectifs

- La Région Réunion est engagée à favoriser l'entrée de l'île dans la Société de l'Information, par le soutien au secteur des TIC (technologies de l'information et de la communication) qui représente un fort potentiel de croissance.
- Dans le cadre d'une étude plus large visant à détecter des gisements additionnels de croissance par l'identification de potentiels de demande encore sous-exploités, il a été demandé à Ipsos OI d'explorer les attentes et besoins des utilisateurs, actuels ou potentiels, vis-à-vis de nouveaux services et contenus numériques.

Rappel de la méthodologie

- **Sélectionnés de façon aléatoire, 3 groupes de 8 à 10 consommateurs ont été organisés les lundi 05, mardi 06 et mercredi 07 mai 2008 à St-Denis, selon la répartition suivante :**
 - 1 groupe d'hommes âgés de 18 à 35 ans, internautes réguliers;
 - 1 groupe de femmes âgées de 18 à 35 ans, internautes régulières;
 - 1 groupe d'hommes et femmes âgés de 18 à 35 ans, non internautes mais non réfractaires.

- **Profil des participants :**
 - Âges répartis ;
 - CSP répartis.

- **Animation réalisée par une une Directrice d'Études qualitatives.**
- **Accueil et prise de notes par une scripte chevronnée.**
- **Circuit vidéo interne ayant permis aux responsables en charge du dossier de suivre en direct le déroulement et l'animation des groupes.**



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable

ANALYSE DÉTAILLÉE



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable

I. Usages

Usages des supports

Des usages encore très déséquilibrés selon les supports



Le téléphone mobile

=

Des usages de contenus et services numériques encore très peu développés



Internet

=

Un support qui s'est démocratisé dans l'usage de contenus et services numériques

Usages du mobile

Des usages du mobile encore réduits à ses fonctions "basiques"



Voix
SMS



Photos
Jeux (- -)



Des usages de services et contenus numériques encore très peu développés

"J'utilise rarement Internet sur mon téléphone", "Pas de MMS"



Coût perçu très élevé à l'usage et de ce fait dissuasif et excluant

"Télécharger, ça revient cher"
"Ce n'est pas gratuit : on peut avoir des surprises"
"C'est super cher"



Manque de praticité du support (taille d'écran, maniabilité)

"L'écran est trop petit"
"La taille de l'écran fatigue vite"
"Ce n'est pas vraiment pratique à utiliser"



Manque de pertinence du fait d'un double emploi vs Internet

"On a déjà Internet"
"Ça n'apporte pas grand-chose quand on a déjà Internet"
"On préfère Internet"



Le mobile remplit encore aujourd'hui sa vocation première : communiquer, au sens strict du terme

Usages d'Internet

EN REVANCHE

Pour tous, Internet s'impose une ressource inépuisable "à portée de main"

"On peut tout faire : on a tout sous la main"
"On y trouve tout et n'importe quoi en restant chez soi"
"On peut faire toutes les recherches qu'on veut"

Néanmoins

Pour les utilisateurs, si les diverses applications d'Internet sont exploitées par tous, les usages principaux varient sensiblement selon les cibles

[HOMMES]

- MSN
- Téléchargement musique, films
- Vidéo en streaming
- Achats et comparatifs de prix (jeux vidéo, matériel informatique)
- Jeux en ligne
- Blogs (création et gestion)

[FEMMES]

- MSN
- Recherches à but pédagogique (enfants, enseignement) et vie quotidienne (recettes, adresses, idées loisirs)
- Démarches administratives (impôts, demande de bourse, CAF, ANPE)
- Achats et comparatifs de prix (VPC, musique, cosmétiques, Hi-Tech)



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Usages d'Internet

[HOMMES]

Tous usages

[FEMMES]

MSN

Téléchargement musique, films

Vidéo en streaming

Opérations bancaires

Recherches pour études / travail

Annuaire

**Achats et comparatifs de prix
(jeux vidéo, matériel informatique)**

Démarches administratives
(impôts, demande de bourse, CAF, ANPE)

Presse locale

Jeux en ligne

Mails

Blogs (création et gestion)

Forums de discussion

INTERNET LUDIQUE ET MALIN ++

MSN

Téléchargement musique, films

Opérations bancaires

**Recherches à but pédagogique
(enfants, enseignement) et vie quotidienne
(recettes, adresses, idées loisirs)**

Annuaire

**Achats et comparatifs de prix
(VPC, musique, cosmétiques, Hi-Tech)**

**Démarches administratives
(impôts, demande de bourse, CAF, ANPE)**

Presse locale

Mails

Blogs (consultation)

Forums de discussion

INTERNET PRATIQUE ++

Freins et motivations à l'égard d'Internet



Des motivations centrales différentes selon les cibles



[HOMMES]

Internet

=

L'ouverture au monde

=

CONTRÔLE

=

Une SOURCE pour
satisfaire
mes besoins immédiats

*"Le seul avantage, c'est de pouvoir
tout faire tout de suite, sans se déplacer"*



[FEMMES]

Internet

=

L'accès au monde

=

CONFORT

=

Un OUTIL pour
me rendre la vie plus simple et plus facile
au quotidien

*"Le confort et l'accessibilité à toute heure"
"Simple et moderne"*

Freins et motivations à l'égard d'Internet

Des motivations centrales qui sous-tendent :

[HOMMES]

Une utilisation INTENSIVE d'Internet

=

Exploration de toutes les possibilités offertes
(consultation de tous types de contenus et utilisation de tous types de services innovants)

"Plus Internet se diversifie et plus on est demandeur"

induisant

Des risques en termes de sécurité

→ Virus

"Ça bousille la machine"

→ Piratage

"Se mettre en garde contre les pirates, dès que c'est nouveau"

→ Arnaques

"Des trucs qu'on commande et qui n'arrivent jamais"

La crainte de devenir "accro" à Internet

"Le risque qu'on ne puisse plus s'en passer"

Oisiveté & Isolement

"C'est dangereux : on se coupe du monde"

Tout est là : ça encourage l'oisiveté"

"On passe moins de temps avec la famille"

[FEMMES]

Une utilisation MAÎTRISÉE d'Internet

=

Choix attentif des sites visités et des informations sélectionnées (fiabilité, sécurité, pertinence)

"Il faut sélectionner les informations"

induisant

La contrainte d'une sélection préalable rigoureuse, donc chronophage

"On peut y passer beaucoup de temps"

Freins et motivations à l'égard d'Internet

[Pour les non internautes]

Une cible essentiellement féminine et de milieu plutôt modeste

Bien que non usagers,
Internet séduit indéniablement pour ses multiples vertus



Convivialité et fréquence des échanges permises par le chat

"On peut communiquer par webcam avec la famille qui habite loin"
"On peut avoir la personne sans se déplacer"
"On peut se parler souvent, tous les jours si on veut"

=

Internet pratique et ludique



Confort dans les démarches administratives

"On n'a plus besoin de se déplacer pour les impôts"
"On peut actualiser les Assedic"
"On peut consulter les offres d'emploi de l'ANPE sans se déplacer pour rien"

=

Internet confort



Économies et rapidité via les achats en ligne (VPC)

"La Redoute, c'est moins cher sur Internet : sur les brochures, il n'y a pas les promotions"
"Ça arrive plus vite et ça coûte moins cher, parce qu'il y a plus de promotions"

=

Internet économique



INTERNET PRATIQUE ++

Freins et motivations à l'égard d'Internet

[Pour les non internautes]

TOUTEFOIS

Des freins majeurs subsistent :

En termes de
COÛTS

■ **Coût de l'abonnement à Internet**

*"Le prix !"
"C'est trop cher"*

■ **Coût à l'équipement en matériel informatique**

*"Le matériel informatique est cher"
"Il faut acheter l'ordinateur, l'imprimante... C'est très cher"*

En termes de
CONFORT à l'usage

■ **Utilisation d'Internet**

*"C'est trop compliqué à utiliser"
"Il a des sites sur n'importe quoi : on ne sait pas comment faire pour s'y retrouver"*

■ **Utilisation d'un ordinateur**

*"Je ne sais pas utiliser l'ordinateur"
"Je n'y comprends rien : c'est vraiment trop compliqué"
"Il plante et on ne sait plus quoi faire"*

En termes de
SÉCURITÉ

■ **Sur les contenus (cf. enfants)**

*"Faire attention pour les enfants : il y a des sites qui ne sont pas pour eux"
"Les sites porno, la violence"*

■ **À l'usage (virus, piratage : détérioration du matériel)**

*"On choppe des virus et l'ordinateur est foutu"
"Ça fait peur"*

Des freins liés à la technologie et à son coût davantage qu'au contenu et à son intérêt perçu



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable

II. Freins et motivations à l'égard des services et contenus utilisés (usagers)



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------------|--|---|
| <u>COMMUNIQUER</u> | MSN Skype | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service largement utilisé et plébiscité pour sa gratuité... ■ ... permettant de fait une très grande fréquence des échanges ■ Mais surtout, un service largement apprécié pour sa convivialité, induite par l'interactivité et l'instantanéité des échanges... ■ ... notamment pour communiquer avec ses proches "expatriés" ; le chat supprime ainsi les distances ■ Mais un service qui autorise aussi plus d'intimité et de discrétion ■ Pour les plus jeunes, un service qui permet aussi de faire des rencontres et de nouer des liens avec des étrangers à travers le monde ▶ <u>Un service simple, convivial et gratuit, qui permet de s'affranchir des distances et des contraintes de temps</u> |
| | Forums de discussions Sites de rencontres | <ul style="list-style-type: none"> ■ Surtout utilisé par les plus jeunes, ils favorisent les "rencontres" au-delà de sa sphère proche et quotidienne... ■ ... pour échanger sur des centres d'intérêts communs ▶ <u>Un service utilisé dans une logique d'ouverture au monde</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------------|-----------------------------|---|
| <u>COMMUNIQUER</u> | Blogs : création et gestion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Surtout utilisés par les jeunes hommes comme un loisir et un passe-temps... ■ ... ils contribuent là aussi à s'affranchir des distances pour partager son quotidien ou des moments plus privilégiés avec ses proches... ■ ... tout en restant accessibles à la communauté internationale des internautes ■ Pour certains, les blogs apparaissent comme un exutoire et se substituent ainsi au "traditionnel" journal intime ▶ <u>Des contenus personnels visant à garder le lien avec ses proches, mais aussi à élargir son cercle de connaissances en partageant des centres d'intérêt communs</u> |
| | Mails | <ul style="list-style-type: none"> ■ Rapides et faciles d'utilisation... ■ ... ils permettent de garder le lien avec les proches ■ Mais ils sont aussi de plus en plus utilisés dans le cadre de correspondances moins intimes et personnelles, en se substituant aux courriers postaux, plus fastidieux à faire et dont l'acheminement se révèle certes plus longs mais aussi moins sûr ▶ <u>Un service communément utilisé, en remplacement des courriers postaux</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-----------------------------------|--------------------------|--|
| <u>S'INFORMER & SE FORMER</u> | Google | <ul style="list-style-type: none"> ■ Reconnu par tous comme la référence de la recherche d'information... ■ ... le moteur de recherche est plébiscité pour ses performances en termes de rapidité et de pertinence des résultats à la recherche... ■ ... aussi synthétiques soient les critères de départ (à partir d'un mot-clé) ▶ <u>Un moteur de recherches efficace, palliant à la difficulté d'identifier les informations pertinentes dans la multitude des sources disponibles sur Internet</u> |
| | Sites spécialisés | <ul style="list-style-type: none"> ■ Ciblés pour des recherches en lien avec les études ou le travail... ■ ... ils évitent des coûts liés à l'emprunt ou l'achat de livres... ■ ... mais aussi les contraintes de recherches et de compilation de différentes sources ▶ <u>Des sites qui font écho à des recherches thématiques ciblées</u> |
| | Clicanoo | <ul style="list-style-type: none"> ■ Qu'il s'agisse de la presse quotidienne ou du journal télévisé, des contenus accessibles et gratuits... |
| | Antenne Réunion | <ul style="list-style-type: none"> ■ ... permettant de "rattraper son retard" de la journée... ■ ... même à des heures tardives ▶ <u>Un accès différé aux principales informations du jour</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------------|---|---|
| <u>SE DIVERTIR</u> | Téléchargements (pirates) : musique, films, vidéos | <ul style="list-style-type: none"> ■ Très largement répandu chez les hommes (les femmes restant plus discrètes sur cet usage), les téléchargements, plébiscités pour leur gratuité, ... ■ ... permettent d'accéder, "à la demande" et selon l'envie immédiate, ... ■ ... à un très large choix de contenus, des plus anciens aux plus récents... ■ ... favorisant ainsi pour certains une "optimisation" des dépenses (cinéma et achat d'albums musicaux) ▶ <u>Des contenus qui font écho à un besoin constant de divertissement, dans une logique parallèle d'optimisation "maline" des dépenses de loisirs</u> |
| | Vidéos en streaming (YouTube) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un usage très masculin de consultation gratuite de vidéos en ligne... ■ ... offrant une grande diversité de contenus (insolite, humour, clips)... ■ ... et une bonne qualité d'image ▶ <u>Un usage purement ludique et masculin, au fil de la navigation</u> |
| | Jeux en ligne (World of Warcraft) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Particulièrement présents dans les usages masculins, ils se situent, de par leur vocation, au centre de la dimension ludique recherchée par la cible... ■ ... et permettent d'intégrer un univers virtuel très élaboré... ■ ... tout en gardant pied dans une certaine réalité via l'interactivité et les échanges avec d'autres joueurs, issus de tous horizons ▶ <u>L'usage ludique de référence</u> |
| [HOMMES] | [FEMMES] | |



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-------------------|--------------------------------|--|
| <u>ACHETER</u> | FNAC I-Store | <ul style="list-style-type: none"> ■ Utilisé comme la principale source d'information sur les nouveautés... ■ ... le site de la FNAC, via la notoriété de l'enseigne, sécurise les internautes dans leurs achats de livres et albums musicaux... ■ ... rendus accessibles à un moindre prix ■ Toutefois, du fait d'une livraison limitée au territoire métropolitain, donc excluante pour une majorité, ... ■ ... il est surtout utilisé en référence pour les nouveautés musicales... ■ ... et en comparateur de prix pour les matériel Hi-Tech (appareils-photos, caméscopes, lecteurs MP3, ...) ■ Les femmes, bien qu'encore peu nombreuses, sont en revanche les seules à acheter de la musique en ligne (titres ou albums complets) ▶ <u>Des contenus à vocation informative, visant à mieux orienter les achats</u> <u>Mais, du fait des téléchargements "gratuits", un usage encore relativement faible d'achat en ligne</u> |
| | Jeux.com LDLC | <ul style="list-style-type: none"> ■ Essentiellement utilisés par les hommes, ils sont les sites référents permettant de s'informer sur les produits informatiques... ■ ... mais aussi d'acheter au meilleur prix... ■ ... en se faisant livrer à La Réunion ▶ <u>La combinaison de prix compétitifs et d'une livraison dans les DOM favorisant l'achat de matériel informatique (petit ou gros) en ligne</u> |
| [<u>HOMMES</u>] | [<u>FEMMES</u>] | |



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|----------------|---|--|
| <u>ACHETER</u> | E-Bay Petites annonces / Enchères | <ul style="list-style-type: none"> ■ Plébiscités pour la rapidité des transactions et le gain de temps réalisé en s'économisant des déplacements, les services de petites annonces apparaissent en réalité assez peu utilisés ■ On leur félicite toutefois un large choix d'articles... ■ ... et un haut niveau de précisions sur les produits vendus ▶ <u>Des services appréciés car jugés pratiques, mais globalement peu utilisés</u> |
| | La Redoute | <ul style="list-style-type: none"> ■ Très fréquemment utilisé par une grande majorité des femmes, il présente le principal avantage de réaliser des économies vs les commandes depuis le catalogue, via des promotions plus fréquentes et plus pertinentes ■ Les clientes y détiennent également l'exclusivité des nouveautés ■ Des achats encouragés par la rapidité de la livraison... ■ ... et sécurisés par le service de suivi de colis pendant l'acheminement ▶ <u>Des achats en ligne permettant de réaliser des économies conséquentes sur les achats habituels (sur catalogue)</u> |
| | Venteprivée.com Sites de démarques | <ul style="list-style-type: none"> ■ Exclusivement utilisés par les femmes, ils permettent d'acquérir des marques prestigieuses de prêt à porter à moindre coût ■ Toutefois, la livraison est le plus souvent limitée au territoire métropolitain ▶ <u>Un service d'achat en ligne très attractif mais souvent excluant du fait d'un service de livraison restreint</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|---------------------|---|--|
| <u>VIE PRATIQUE</u> | Les sites des Administrations et services publics de manière globale | <ul style="list-style-type: none"> ■ Assez largement utilisés, mais à une fréquence moindre par les hommes toutefois, leurs services en lignes autorisent rapidité d'action et gain de temps, en s'affranchissant des contraintes de déplacements et d'attente ■ Mais pour beaucoup (et essentiellement les hommes), des informations jugées trop sommaires et basiques et une accessibilité réduite, freinant de fait leur usage régulier ▶ <u>Des services jugés pratiques, permettant de gagner en confort et en efficacité au quotidien</u> <u>Mais pour certains, des services en ligne encore jugé perfectibles</u> |
| | ANPE | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service de consultation des offres d'emploi en ligne, permettant une optimisation de la démarche en évitant les déplacements parfois infructueux en cas d'offre lacunaire vs le profil |
| | CAF | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un outil de simulations en ligne |
| | Impôts | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service de télé déclaration jugé pratique et souple vs le papier... ■ ... et donnant accès à des simulations en ligne ■ Il autorise par ailleurs un délai supplémentaire pour le paiement |
| | Inscriptions aux concours | <ul style="list-style-type: none"> ■ Devenues obligatoires, elles permettent elles aussi de gagner en rapidité... ■ ... mais aussi en efficacité (identification immédiate des éléments manquants) et en sécurité (risque perçu de perte des dossiers minimisé) |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|---------------------|-----------------------------|---|
| <u>VIE PRATIQUE</u> | Opérations bancaires | <ul style="list-style-type: none"> ■ Communément utilisés par une très large majorité, les services en ligne des banques facilitent la consultation des comptes, à tout moment souhaité ■ Donnant également accès à la gestion de ses comptes (virements), ils autorisent une intervention directe et immédiate, et suppriment de fait les contraintes jusque-là inévitables de déplacements et d'attente ▶ <u>Des services très régulièrement utilisés, favorisant un accès direct et rapide à ses finances, en réponse à des besoins immédiats</u> |
| | Pages Jaunes | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service de recherche intuitif, rapide et facile à utiliser ■ Jugé plus complet que sa version papier, il donne accès à des coordonnées actualisées en temps réel ■ Toutefois, il est critiqué pour son service de consultation de plans lacunaire sur le territoire Réunionnais ▶ <u>Un service jugé pratique mais surtout plus complet et donc plus efficace et pertinent que la traditionnelle version papier</u> |
| | Recettes de cuisine | <ul style="list-style-type: none"> ■ Essentiellement recherchées par les femmes, elles sont sources d'idées pour de nouvelles recettes... ■ ... mais encouragent aussi à la créativité culinaire, via la découverte de recettes moins traditionnelles que celles habituellement cuisinées ▶ <u>Des contenus recherchés dans un but premier de confort, mais ouvrant à la créativité, à la découverte et au plaisir</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Freins et motivations vs les types de services et contenus utilisés

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-------------------|---|--|
| <u>TOURISME</u> | <p>DEUX DIMENSIONS AUJOURD'HUI LARGEMENT EN RETRAIT SUR LES USAGES</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ Malgré quelques rares réservations de billets en ligne... ■ ... des services et contenus peu ou pas utilisés... ■ ... sous-tendus par une large méconnaissance de l'offre ■ En conséquence, une offre jugée lacunaire... : <i>"pas beaucoup de sites diversifiés sur le tourisme à La Réunion", "c'est très difficile de trouver les itinéraires pour les randonnées"</i> ■ ... par ailleurs sanctionnée par des contenus réduits et peu incitatifs... : <i>"il manque des informations", "ils ne mettent qu'une seule photo", "c'est super bâclé", "ils n'approfondissent pas assez leurs sites"</i> ■ ... et surtout trompeurs, notamment dans le domaine hôtelier : <i>"les photos ne sont pas toujours exactes", "ils mettent une chambre type et en général c'est la chambre de luxe", "on n'a pas une vue complète de l'hôtel"</i> <p>▶ <u>Des contenus manquant d'intérêt et de pertinence</u></p> |
| <u>PATRIMOINE</u> | | <ul style="list-style-type: none"> ■ Là aussi, la perception d'une offre lacunaire, voire inexistante... : <i>"il n'y en a pas assez", "il n'y a pas grand-chose", "pas de site local", "pour La Réunion, il n'y a pas de site officiel de manière générale"</i> ■ ... sous-tendue par la perception d'une faible valorisation du patrimoine local par ailleurs : <i>"il n'y a pas assez de musées", "on ne fait rien pour le patrimoine ici"</i> <p>▶ <u>Une dimension en réalité plutôt éloignée des préoccupations conscientes</u></p> |

[HOMMES]

[FEMMES]



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable

III. Prospective et développements

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

Des attentes qui font écho aux motivations centrales à l'égard d'Internet, et plus largement à l'égard de contenus et services numériques



[HOMMES]

=

Des SOURCES pour
satisfaire
mes besoins immédiats



La recherche
de services innovants
et de contenus ludiques et divertissants



[FEMMES] & [NON INTERNAUTES]

=

Des OUTILS pour
me rendre la vie plus simple et plus facile
au quotidien



La recherche
de services efficaces et simples d'accès
et de contenus pratiques et utiles

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus



[HOMMES]

Des attentes en termes de services et contenus à vocation principale de divertissement et visant à maîtriser de nouvelles technologies

- ↳ TV ADSL
- ↳ TNT
- ↳ 3G+ et services associés
- ↳ Offres de convergence ++



[FEMMES] & [NON INTERNAUTES]

Des attentes en termes de services et contenus en réponse aux besoins quotidiens et intégrant toutes les sphères de la vie

- ↳ Vie pratique
- ↳ Loisirs
- ↳ Vie éducative des enfants
- ↳ Services à la personne

Dans le détail



Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------------|-------------------------------|--|
| <u>COMMUNIQUER</u> | 3G+ et Visiophonie sur mobile | <ul style="list-style-type: none"> ■ Une technologie innovante, spontanément évoquée par les hommes ■ Favorisant la convivialité des échanges... ■ ... son coût jugé élevé, combiné au manque de praticité du support (taille d'écran), s'imposent toutefois comme des freins, minimisant ainsi la pertinence de ce service ■ Un service ayant par ailleurs des effets pervers : indiscretion et intrusion dans la vie privée <p>▶ <u>Un service innovant mais jugé peu pertinent, voire dangereux</u></p> |
| | 3G+ et Internet mobile | <ul style="list-style-type: none"> ■ Là aussi évoquée par les hommes, une technologie innovante favorisant une plus grande rapidité et une meilleure qualité du débit ■ Une utilisation plutôt à vocation professionnelle pour la consultation de mails lors de déplacements <p>▶ <u>Un service innovant mais jugé peu pertinent dans le cadre d'un usage par les particuliers</u></p> |
| | Chat vidéo | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service manquant très nettement de pertinence du fait de sa duplication avec MSN ■ Pour les plus "technophobes", un service encourageant l'intrusion dans la vie privée <p>▶ <u>Un service unanimement rejeté</u></p> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------------|--|---|
| <u>COMMUNIQUER</u> | Suivi de la présence des enfants en classe | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service permettant l'information instantanée des parents via SMS en cas d'absentéisme de leurs enfants ■ Si, pour les femmes, il se révélerait un moyen efficace de lutter contre les risques de déviances... ■ ... il est jugé trop "intrusif" pour les autres cibles ▶ <u>Des pratiques encore "socialement" sensibles, mais qui trouvent un écho plutôt favorables auprès des mères de famille</u> |
| | Informations école / parents (notes des enfants, dates de réunions via SMS) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service d'informations par SMS assurant la sécurité et la régularité du suivi, en éliminant les risques de dissimulation par l'enfant... ■ ... et permettant de favoriser et faciliter des échanges individualisés plus fréquents avec les professeurs ▶ <u>Un service plébiscité par les mères de famille, à la recherche de confort et de sécurité dans le suivi scolaire des enfants</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-----------------------------------|--|---|
| <u>S'INFORMER & SE FORMER</u> | Consultation d'extraits musicaux ou vidéos d'artistes en représentation à La Réunion | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service favorisant la découverte de l'univers et du style d'artistes méconnus, et permettant ainsi de juger de l'intérêt a priori ▶ <u>Un levier à l'achat de billets de concerts / spectacles</u> |
| | Agenda des sorties | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des contenus visant à une information exhaustive et détaillée sur les évènements du moments : quoi, qui, où, quand, combien, pour qui, ... ■ Mais des contenus tout autant orientés vers l'identification des lieux de fête habituels (boîtes de nuit, ...) et l'actualisation de leur "programme du jour" ■ Des contenus détaillés par type donc, mais aussi par commune, facilitant ainsi un ciblage plus rapide ▶ <u>Un agenda des sorties qui se doit d'être complet et actualisé en permettant de cibler sa recherche, pour une meilleure planification des activités du week-end (ou des vacances scolaires)</u> |
| | Annuaire d'activités de loisirs | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des contenus faisant écho au besoin d'identifier via un canal unique les différentes activités de loisirs proposées localement... ■ ... tant pour le grand public que pour des cibles plus spécifiques (les jeunes enfants notamment)... ■ ... avec un soin particulier apporté aux informations pratiques : quoi, où, quand, combien, pour qui, ... ▶ <u>Des contenus en réponse à des besoins à la fois globaux et spécifiques</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---|
| <u>S'INFORMER & SE FORMER</u> | E-learning | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service d'apprentissage individualisé... ■ ... permettant d'évoluer à son rythme sur un sujet choisi... ■ ... avec l'assistance d'un professeur en ligne (via MSN ?) ■ Pour les femmes, l'e-learning paraît particulièrement bien adapté pour des cours à distance pour les enfants handicapés ou en longue maladie... ■ ... en veillant toutefois à favoriser les échanges et l'interactivité avec les professeurs habituels et les autres élèves de la classe ▶ <u>Un service individualisé et interactif favorisant la formation continue ou en réponse à des besoins de formation spécifiques</u> |
| | Portail sur les formations | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un contenu visant à faciliter l'accès à l'information dès le début du lycée... ■ ... et de fait à favoriser une meilleure orientation des élèves... ■ ... en détaillant les formations locales et extra-locales... ■ ... ainsi que les aides (bourses, aides à la mobilité) ▶ <u>Un service là aussi davantage plébiscité par les mères de famille, à la recherche de confort et de sécurité dans le suivi scolaire des enfants</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-----------------------------------|--|---|
| <u>S'INFORMER & SE FORMER</u> | Visioconférence dans le cadre d'examens | <ul style="list-style-type: none"> ■ Dans le prolongement de l'e-learning, un service visant à favoriser les oraux (concours d'entrée aux grandes écoles par exemple) à distance... ■ ... pour une optimisation du temps et des coûts (pas de billets d'avion...) ■ Dans la même logique, un service qui permettrait de passer différentes sortes d'examens depuis son domicile (code de la route)... ■ ... mais dont l'efficacité paraît aléatoire vs les risques de tricherie ▶ <u>Un service favorisant l'accès à des formations supérieures à moindre coût</u> |
| | Portail sur les services et prestations aux personnes handicapées | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des contenus à vocation informative (prendre connaissance de tous les services, prestations, associations, activités... existants)... ■ ... pour pallier à la difficulté actuelle à obtenir les informations ▶ <u>Des contenus qui font écho à une offre aujourd'hui jugée lacunaire</u> |
| | Abonnements à des newsletters : infos, promotions, ventes flashs GMS | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des services et contenus visant à avoir un accès direct et prioritaire aux avantages des commerces via le mail... ■ ... pour favoriser "l'achat malin" et les économies ▶ <u>La recherche d'avantages exclusifs, tendant à renforcer le lien entre le consommateur et les commerces</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------------|---------------------------|---|
| <u>SE DIVERTIR</u> | TNT <i>TNT mobile</i> | <ul style="list-style-type: none"> ■ Une technologie nouvelle, spontanément évoquée par les hommes ■ Offrant le bénéfice de la gratuité, elle favorise un plus grand choix de chaînes (vs l'offre hertzienne locale) ■ Sur mobile en revanche, elle manque nettement de pertinence : faible praticité du support, duplication vs l'offre TV et un frein prix majeur ▶ <u>Plébiscitée en mode de réception classique (sur TV), la TNT sur mobile est quant à elle unanimement rejetée</u> |
| | TV par ADSL | <ul style="list-style-type: none"> ■ Une technologie nouvelle, là aussi spontanément évoquée par les hommes, permettant d'accéder gratuitement (hors coûts de l'abonnement à Internet) à un très large choix de chaînes, françaises et étrangères ▶ <u>Un accueil favorable mais globalement tiède, induit par une connaissance en réalité assez floue de ce service</u> |
| | <i>Vidéo à la demande</i> | <ul style="list-style-type: none"> ■ Évalué en assisté, un service gage de sécurité, de praticité et de rapidité, via l'assurance de la disponibilité des films choisis, à tout moment... ■ ... et facilitant une meilleure gestion des dépenses (vs le délai de restitution plus ou moins long des DVD en club) ■ Toutefois, un service dont le succès réside dans la largeur du choix et la disponibilité rapide (voire l'exclusivité) des dernières nouveautés ▶ <u>Un service globalement bien accueilli, sans grand enthousiasme toutefois</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|----------------|---|--|
| <u>ACHETER</u> | Courses en ligne | <ul style="list-style-type: none"> ■ Palliant aux contraintes de déplacements, d'afflux de foule et d'attente aux caisses... ■ ... les courses en ligne sont plébiscitées pour l'efficacité et le gain de temps qu'elles induisent... ■ ... sous condition d'offrir un service de livraison associé ■ Pour les femmes, un service également jugé pratique en cas d'immobilisation (maladie, accident) ou de manque de mobilité (personnes âgées ou handicapées) ▶ <u>Un service unanimement plébiscité pour la dimension de confort recherché</u> |
| | SNCF Achat de packs de loisirs | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service de réservation en ligne d'offres packagées (billet d'avion + hôtel + activités de loisirs), ... ■ ... éliminant les contraintes de recherches d'informations et de planification du séjour ■ Mais un service devant être légitimé et dynamisé par des promotions fréquentes et significatives ▶ <u>Un service qui fait écho à la recherche d'efficacité et de confort</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|----------------|---------------------------------|--|
| <u>ACHETER</u> | Comparateurs de prix des GMS | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service permettant de consulter les niveaux de prix afin d'arbitrer sur l'enseigne la plus avantageuse au global ▶ <u>Un contenu jugé pratique mais qui suscite un intérêt globalement mitigé auprès de la cible</u> |
| | Achats groupés | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service permettant de bénéficier de prix sur le volume généré par plusieurs acheteurs ■ Des économies réalisées via une négociation à la charge du "site" (webmaster, autres ?) ▶ <u>Un service jugé pratique mais qui suscite la aussi un intérêt globalement mitigé</u> |
| | Achat en ligne sur sites locaux | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service favorisant le référencement de tous types d'articles / produits locaux sur un même site... ■ ... et visant à informer des circuits de distribution et des prix des produits pour une meilleure anticipation des achats ■ Mais un service offrant également la possibilité d'acheter en ligne... ■ ... notamment pour les consommateurs extra-locaux (commande en ligne et livraison) ▶ <u>Un service de promotion de la production locale</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|---------------------|--|--|
| <u>VIE PRATIQUE</u> | Service de livraison (= coursier) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service de livraison "à la demande" (repas, pressing, ...), plus proche en réalité d'un service de coursier... ■ ... permettant de mieux s'organiser et de s'affranchir des contraintes de déplacements en gagnant en efficacité, notamment en cas de contretemps ▶ <u>Un service qui fait écho à la recherche de confort au quotidien</u> |
| | Plate-forme de réservation en ligne | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service spontanément plébiscité par les femmes ■ Favorisant une plus grande efficacité via le regroupement de tous types de services... ■ ... ils présentent le principal avantage de pouvoir réserver hors des horaires d'ouverture des commerces (quand on y pense)... ■ ... et suppriment le délai d'attente, contrariant en cas d'oubli des réservations ▶ <u>Un service largement apprécié, dans une logique de confort, de praticité et de sécurité</u> |
| | Portail de services | <ul style="list-style-type: none"> ■ Évalué en assisté, il est très favorablement accueilli pour la facilité et la rapidité d'accès à des informations pratiques : météo, médecins et pharmacies de garde ▶ <u>Un service largement plébiscité car jugé pertinent et efficace et qui fait écho à un besoin d'information immédiat et plus ou moins urgent</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|---------------------|--|---|
| <u>VIE PRATIQUE</u> | Toutes démarches administratives : demandes et dossiers pour passeports, cartes d'identité, inscription en école / aux concours... | <ul style="list-style-type: none"> ■ Dans la continuité des services déjà accessibles, une globalisation des démarches administratives via Internet, permettant de gagner en efficacité en s'affranchissant des contraintes de déplacements et d'attente... ■ ... mais aussi en optimisation de la démarche, en évitant de multiples déplacements infructueux en cas de pièce manquante ▶ <u>Des services vecteurs de confort et d'efficacité au quotidien</u> |
| | Commande de services à la personne (baby-sitter, ménage) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service visant une mise à disposition rapide de personnes fiables et compétentes, comme alternative à des contretemps imprévus ▶ <u>Un service plébiscité par des mères de famille à la recherche d'efficacité et de sécurité</u> |
| | Vidéosurveillance des nounous, crèches et écoles | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service de surveillance en temps réel des activités des enfants visant à "contrôler" les bonnes pratiques comportementales des encadrants ■ Mais là-aussi, un service jugé trop "intrusif" et extrémiste ▶ <u>Pour tous, des pratiques encore "socialement" sensibles</u> |
| | Bornes wi-fi publiques | <ul style="list-style-type: none"> ■ Évaluées en assisté, elles sont vivement plébiscitées pour la facilité d'accès à la technologie (perception d'une gratuité du service)... ■ ... mais posent de manière induite la "seule" question de l'équipement en PC portable, par ailleurs jugé peu pertinent ou excluant pour beaucoup ▶ <u>Un accueil favorable mais des intentions d'usage globalement faibles</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------|---|--|
| VIE PRATIQUE | GPS | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service interactif d'aide à la navigation jugé pratique, mais largement conditionné par sa nécessaire fiabilité et une interactivité avec les services de la DDE (prévenir des embouteillages) ■ Au final, un service qui manque de pertinence pour un usage à titre privé sur un territoire réunionnais limité et vs une facilité à communiquer avec la population en cas de besoin ▶ <u>Un service jugé pratique mais globalement peu pertinent à titre privé</u> |
| | Vidéo en temps réel de sites / villes | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service d'information en temps réel permettant de reprogrammer les activités de loisirs planifiées en fonction de la météo, de la fréquentation ▶ <u>Un service plébiscité par les non internautes, séduit par l'interactivité et l'instantanéité permises par Internet</u> |
| | Paiement via mobile | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service innovant jugé pratique au quotidien, facilitant le paiement de petites sommes sans devoir disposer de "petite monnaie" ▶ <u>Un service qui fait écho à la recherche d'efficacité et de confort au quotidien</u> |
| | Commandes à distance via mobile ou Internet (domotique) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Surtout plébiscité par les cibles féminines, un service permettant de s'affranchir des contraintes liées au confort de vie quotidien ▶ <u>Un service qui fait écho à la recherche de confort au quotidien, mais dont le développement ne semble pouvoir s'inscrire que dans un futur lointain</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-----------------|--|---|
| <u>TOURISME</u> | Visites virtuelles et vues 360° : sites, monuments "Visites" depuis vue du ciel (zoom) Vues 360° d'établissements hôteliers | <ul style="list-style-type: none"> ■ Spontanément sollicité par tous, un service en réponse aux lacunes de l'offre actuelle ("<i>bâclé, limité</i>") ■ ... favorisant largement la promotion de La Réunion à l'étranger... ■ ... et permettant de mieux informer et de susciter l'intérêt "sur preuve", en écartant ainsi tout effet déceptif ▶ <u>Un service dont la vocation première reste la promotion touristique de l'île à l'étranger, mais qui trouve également un écho favorable auprès des femmes, dans une logique d'information et de planification des loisirs</u> |
| | Guide touristique en ligne | <ul style="list-style-type: none"> ■ Dans la même logique, un service donnant accès aux principales informations sur tous les "incontournables" de l'île... ■ ... pour une meilleure connaissance des contenus locaux et une meilleure anticipation du programme de visites / d'activités sur l'île ■ Mais un service également plébiscité comme un support pour les Réunionnais : adresses et fiches d'identité de restaurants / tables d'hôte / gîtes, itinéraires de randonnées, ... ▶ <u>Un service à vocation promotionnelle à destination des touristes potentiels, mais aussi à destination des Réunionnais, à la recherche de loisirs</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|-------------------|---|---|
| <u>PATRIMOINE</u> | Contenus dédiés aux enfants : patrimoine, folklore, activités (danse...) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des contenus plébiscités par les femmes comme un relai afin de perpétuer les traditions auprès des plus jeunes... ■ ... via l'accès à des textes (gratuit) et contenus audio à écouter en ligne (payant) ■ Mais des contenus qui se veulent nécessairement adaptés à la cible, en développant des dimensions pédagogiques et ludiques ■ Dans tous les cas, l'usage du créole, dans une logique de valorisation de la culture et des traditions, est favorablement accueilli |
| | Histoires et contes | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des contenus spontanément évoqués par les cibles féminines ■ Dans la même logique, des contenus plébiscités comme un relai afin de perpétuer les traditions auprès des plus jeunes... ■ ... mais qui doivent se garder en conséquence de l'aspect rébarbatif de textes trop longs ou difficilement accessibles (via l'usage du créole notamment) ■ Dans ce cadre, l'usage du créole spontanément sollicité (oral et écrit), sous condition d'une traduction systématique en français (écrit) <p>▶ <u>Des contenus plébiscités pour leur vocation éducative dans la perpétuation des traditions locales, mais une cible limitée aux enfants, témoignant du faible intérêt des adultes pour ce type de contenu</u></p> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la Réunion avec le FEDER

Attentes à l'égard de nouveaux services et contenus

| Type d'usage | Service / Contenu | Bénéfices perçus |
|--------------|-------------------------|--|
| PATRIMOINE | Musique locale en ligne | <ul style="list-style-type: none"> ■ Un service spontanément évoqué par les femmes ■ Présentant le principal avantage de rendre accessible des œuvres anciennes, difficiles à se procurer par ailleurs... ■ ... et constituant une base thématique de référence pour les expatriés en "mal du pays"... ■ ... il trouve un écho plus favorable auprès de certains en offrant la possibilité de télécharger des titres (payant) ▶ <u>Un accueil enthousiaste, mais un intérêt essentiellement porté par l'accès à des contenus anciens et rares</u> |
| | Gastronomie | <ul style="list-style-type: none"> ■ Des contenus visant à relayer la tradition culinaire locale via la consultation de recettes créoles... ■ ... en favorisant largement la promotion des fruits et légumes devenus rares ▶ <u>Des contenus dont la pertinence réside dans le choix d'un nouvel axe de valorisation de la tradition culinaire, via la valorisation parallèle d'ingrédients typiquement locaux mais devenus moins accessibles</u> |

[HOMMES]

[FEMMES]

[NON INTERNAUTES]

Exemples à reproduire

Services et contenus à créer



L'Europe s'engage à la
Réunion avec le FEDER

Nobody's Unpredictable

SYNTHÈSE

CONCLUSIONS

- ▶ Des usages de services et contenus numériques essentiellement favorisés par le support Internet, le mobile présentant encore des freins liés au coût d'accès aux services et à la pertinence du support en terme de confort à l'usage.
- ▶ Toutefois, si Internet s'est largement démocratisé, tant en termes d'équipement que d'usages, les non usagers (essentiellement des femmes), bien que séduits par les divers champs d'action que le support autorise, formulent encore des craintes, essentiellement liées à l'investissement financier qu'il suppose, mais surtout à une maîtrise lacunaire des outils informatique et Internet.
- ▶ Les usagers quant à eux répondent à des motivations centrales spécifiques aux cibles et donc aux bénéfices recherchés :
 - Pour les hommes, Internet se veut avant ludique et malin et s'impose comme une source visant à satisfaire des besoins de divertissement immédiats ;
 - Pour les femmes, Internet se veut surtout pratique et se positionne davantage comme un outil rendant la vie plus simple au quotidien

CONCLUSIONS

- ▶ Dans ce contexte, les **cibles féminines**, plus pragmatiques, formulent des **attentes très larges** en termes de **services et contenus informatifs et pratiques** intégrant pleinement la **sphère de la vie quotidienne**.

Mais leurs attentes investissent aussi très largement la **sphère du tourisme**, et dans une moindre mesure celle du **patrimoine**, dont l'offre est jugée aujourd'hui **lacunaire**.

- ▶ Les **hommes** quant à eux, bien qu'indéniablement séduits par les nouvelles technologies et toutes formes de divertissements, **rejoignent en réalité la logique des femmes**, en **priorisant de préférence de nouveaux services et contenus utiles au quotidien ou à visant à promouvoir l'île à l'étranger**.

CONCLUSIONS

- ▶ Apparaissent ainsi **particulièrement plébiscités** par toutes les cibles :
 - Des services du type **portail de services, plate-forme de réservation en ligne, guide des loisirs, agenda culturel, visites guidées virtuelles,...**
 - ... **au détriment de services et contenus manquant globalement de pertinence dans le cadre d'un usage quotidien à titre privé et finalement jugés peu intéressants par tous** : TNT mobile, visioconférence mobile, chat vidéo
- ▶ En revanche, **pour favoriser leur usage, mais surtout leur bonne identification**, les attentes convergent vers un **portail Réunion "fourre-tout"**, donnant accès à tous les contenus et services numériques locaux, des plus pratiques aux plus informatifs.

Un portail en réalité globalement en ligne avec celui d'Orange Réunion, mais que l'on souhaite toutefois **plus ergonomique et facile à utiliser**, via une **meilleure visibilité des rubriques** notamment.