

AUDIREP

9-9bis rue Henri Martin
92100 Boulogne Billancourt
Tel : 01 70 19 23 24

Pascaline Morel

Relations presse
Tel : 06 23 14 66 88

LES FRANÇAIS ET LE PARTAGE DES EXPERIENCES DE CONSOMMATION : LES AVIS SUR INTERNET N'EN SONT QU'UN REFLET PARTIEL

Dans le cadre de ses recherches permanentes sur les méthodes de mesure de la satisfaction clients, L'Institut d'études Audirep a mené au Printemps 2016 une étude destinée à explorer comment les Français ont envie d'exprimer leur satisfaction ou insatisfaction à l'occasion de leurs expériences d'achat ou de consommation.

Enquête menée fin Mars 2016 par questionnaire électronique auto administré auprès d'un échantillon de 1000 personnes âgées de 18 ans et plus résidant en France construit selon la méthode des quotas sur les critères usuels sexe, âge, région de résidence et catégorie socioprofessionnelle.

87% DES FRANÇAIS ONT ENVIE DE PARTAGER LEURS EXPERIENCES DE CONSOMMATION MAIS SEULEMENT 15% POSTENT SOUVENT DES AVIS SUR INTERNET

Le partage d'opinions sur les expériences de parcours clients est largement entré dans les postures de consommation : **9 consommateurs sur 10 expriment leur envie de partager avec des proches, des amis, des collègues, leurs opinions sur les marques, les prestataires de services ou les produits qu'ils utilisent.**

Cependant, si l'échange « peer to peer » est largement revendiqué, le retour d'information sur les situations d'insatisfaction est loin d'être généralisé : **moins d'une personne sur deux (41%) déclare faire part systématiquement de ses mécontentements aux prestataires concernés.** Attention donc aux clients silencieux.

Les avis déposés sur Internet peuvent alimenter le retour d'information sur les opinions des clients, mais là encore, on est loin de toucher tous les consommateurs : **seulement 15% des personnes interrogées déclarent poster souvent des avis sur Internet**, 38% rarement et 47% déclarent ne le faire jamais. Il est vrai qu'il existe des clivages générationnels mais même chez les moins de 35 ans la proportion des habitués de ce type de comportement ne dépasse pas les 20% (19% contre 11% chez les 65 ans et plus).

En retour, **la consultation des avis de consommateurs suscite des opinions partagées** : seulement 7% des personnes interrogées déclarent leur faire une totale confiance alors qu'à l'opposé 42% demeurent carrément méfiantes. Ils sont pourtant consultés par deux consommateurs sur trois voire trois sur quatre chez les moins de 35 ans, c'est-à-dire dans des proportions plus élevées que celle correspondant aux émetteurs.

La mise en place d'un cadre législatif visant à assurer la véracité des avis postés sur Internet ne peut que contribuer à en développer l'usage, au moins du côté de leur lecture si ce n'est du côté de leur émission.

Quoiqu'il en soit, les opinions lisibles sur Internet ne peuvent, en l'état actuel des usages, ne refléter qu'une fraction des consommateurs et pour aborder la fraction « silencieuse », rien ne remplace aujourd'hui les enquêtes de satisfaction !

Pour aller plus loin sur ce sujet :

Didier Caylou - Directeur Banque-Finance-Assurance - d.caylou@audirep.fr -

Tel : 01.70.19.23.09

Pascaline Morel - Relations Presse - p.morel@audirep.fr - Tel : 06.23.14.66.88

A propos d'Audirep : Audirep est un Institut d'Etudes Marketing créé en 1995. Sa philosophie : créer de la valeur ajoutée aux études de marché et rendre leurs résultats opérationnel. Des compétences multi secteurs (BFA, Industrie & Services, Distribution, Grande Consommation, CHD, santé, Beauté...), et une expertise reconnue sur les problématiques de construction d'offre, d'optimisation du prix, de la stratégie de fidélisation, d'analyses de parcours clients (en point de vente ou sites web marchands) ou de relation clients (baromètres de satisfaction). www.audirep.fr