

IUP MV

Institut Universitaire Professionnalisé

Marketing Vente

I.A.E.

Institut d'Administration des Entreprises

Université de Lille 1

RESUME DU MEMOIRE DE FIN D'ETUDES :
« Les usages du téléphone mobile »

Etudiante

**Elisabeth
FREMAUT
IUP MV3 A**



Enseignant

R. LADWEIN



Année universitaire 1997 - 1998.

En quoi consiste cette étude.

Cette étude consiste à observer les nouveaux usages d'une technologie récente de télécommunications : le téléphone mobile. La décision a été prise de la baser sur l'administration d'enquêtes portant sur l'analyse des perceptions des usagers à l'égard du téléphone mobile. La principale caractéristique est de recueillir des informations structurées sur les modalités d'usage du portable afin de décrire les relations qui peuvent exister entre les différentes variables sans pour autant identifier une relation de cause à effet.

Les hypothèses fixées au préalable sont au nombre de trois :

- Les conditions d'utilisation du téléphone portable influencent le degré de dépendance (*l'utilisation permanente ou discontinue du téléphone portable influence-t-elle la sensation de dépendance vis-à-vis de son appareil ?*).
- Les indicateurs socio-démographiques influencent l'usage du téléphone portable (*existe-t-il une relation entre l'importance accordée à l'usage privé ou professionnel du téléphone portable et certains critères comme l'âge ou la profession ?*).
- L'usage privé ou professionnel du téléphone mobile influence la fonction qui en est faite, c'est-à-dire appeler ou être appelé.

De quoi parlons-nous ?

On ne peut passer sous silence l'interférence de l'utilisation des téléphones mobiles dans la vie sociale ainsi que l'apparition de nouvelles logiques d'action sociale dans l'utilisation quotidienne du mobile. Partout dans la rue, les magasins, les cafés, on croise des hommes et des femmes, des jeunes et des moins jeunes, l'oreille collée à leur boîtier.

Aujourd'hui, près de 6 millions de français en possèdent un, ce qui représente un taux d'équipement de près de 10%. Trois opérateurs se partagent le marché de la téléphonie mobile en France : France Télécom, la SFR ainsi que Bouygues Télécom.

De nouvelles couches entières de clientèle, notamment les femmes et les jeunes ont trouvé leur place et ceci pour des utilisations de plus en plus privées, la part des communications professionnelles diminuant. La mobilité étant devenue essentielle dans notre vie quotidienne, ces changements culturels engendrent des problèmes de coupures entre vie privée et vie professionnelle ou encore des soucis d'interpénétration des lieux et des temps de travail et de loisirs, de vie familiale et sociale. Le portable est à l'origine un bien professionnel, le téléphone de voiture pour cadres dirigeants et chefs d'entreprise très occupés. Aujourd'hui, il est devenu l'un des biens de consommation de la nouvelle génération, c'est-à-dire à la fois un bien professionnel et privé.

Le téléphone mobile est l'un des exemples du nouveau besoin qu'est celui de l'autonomie reliée. Plus l'individu gagne en capacité d'autonomie et en mobilité, plus il a besoin d'être en permanence relié aux autres, au monde. Inversement, plus il est en relation avec d'autres, plus il se doit de s'assumer dans sa responsabilité propre, dans son autonomie.

Deux points paraissent importants compte tenu des résultats de l'étude, l'un porte sur les facteurs décisifs dans la possession d'un mobile et l'autre sur les conditions de son utilisation.

Les facteurs décisifs dans la possession d'un mobile.

Concernant les facteurs décisifs dans le choix de posséder un mobile, il est important d'étudier avant toute observation ou conclusion hâtive les trois logiques d'action sociale définies par Francis Jauréguiberry. Il existe selon ce dernier trois logiques ou comportements dans l'usage du portable (utilitaire, critique et intégration) que l'hétérogénéité conduit à un besoin de combinaisons et de compromis.

Cette théorie se justifie au travers des résultats obtenus. En effet, l'analyse du questionnaire montre l'existence de cinq facteurs : une meilleure organisation, ne plus être isolé, se rassurer psychologiquement ou socialement, le pouvoir de communiquer avec ses proches puis enfin plus d'efficacité. Les facteurs d'efficacité et de meilleure organisation peuvent se regrouper dans la logique utilitaire dans un souci de gain et de rentabilité. Le facteur « ne plus être isolé » fait lui

référence à la logique critique c'est-à-dire être autonome dans un souci de prise de distance, de revendication d'autonomie, de liberté individuelle. Enfin les facteurs « pouvoir de communiquer avec ses proches » et « se rassurer psychologiquement ou socialement » font référence à la logique d'intégration dans un souci de lien médiatique entre un individu et ses réseaux d'appartenance.

Les conditions d'utilisation du portable.

Le deuxième point, c'est à dire les conditions d'utilisation du portable, nécessite également de comparer enseignement théorique et résultats obtenus. Les conclusions de l'étude montrent effectivement l'existence de trois facteurs (utilisation discontinue, permanente et «filtrée»). Par utilisation discontinue, j'entends le fait d'éteindre son portable le soir par exemple ou encore le week-end. Tandis que par utilisation filtrée, j'entends le fait d'avoir recours à une messagerie vocale ou écrite. Ces mêmes résultats montrent également qu'une utilisation permanente reflète la reconnaissance par l'utilisateur d'une dépendance forte vis-à-vis de son portable. Et qu'une utilisation filtrée reflète au contraire un sentiment d'autonomie et de liberté.

Les logiques enseignées par Francis Jauréguiberry tendent également vers ce principe. En effet, il existe selon cette même personne trois types de conduite (le refus, la fuite en avant et la ruse). Alors que le refus consiste à chercher à préserver la vie privée de la sollicitation extérieure par la déconnexion totale du domicile par exemple (le soir, le week-end), c'est à dire par une utilisation discontinue, la fuite en avant est au contraire l'espoir pour l'utilisateur de pouvoir mieux maîtriser sa vie par un branchement continu au risque de tomber dans le « syndrome du zappeur » (sentiment de dépendance, d'obligation). Enfin la ruse correspond à une utilisation filtrée visant à sauvegarder le différé et l'absence. C'est apparemment dans cette dernière conduite que l'utilisateur pourra bénéficier d'une autonomie et d'une liberté individuelle raisonnable.

Conclusions par rapport aux trois hypothèses fixées.

Les conditions d'utilisation du téléphone portable, permanentes ou discontinues, influencent le degré de dépendance vis-à-vis du mobile. Les résultats sur les conditions d'utilisation du portable montrent effectivement que utilisation intensive et dépendance sont bien deux variables liées l'une à

l'autre. Deux familles d'individus existent : la première a tendance à utiliser son portable d'une manière abondante et ressent par conséquent une dépendance vis-à-vis de son mobile voire même une obligation alors que la deuxième, l'utilisant d'une manière plus limitée, se considère plus autonome et libre.

En outre, les usages du portable sont d'une part dépendants de l'activité professionnelle de l'utilisateur et d'autre part de son âge.

Enfin, les usages privés et professionnels sont avant tout liés à la fonction « autant appeler qu'être appelé ». Mise à part cette fonction, les usages professionnels sont davantage dépendants de la fonction être appelé alors que les usages privés se répartissent équitablement entre les fonctions appeler et être appelé. Il existe une dépendance entre les variables usage et fonction du portable mais elle est difficile à délimiter.

Que peut-on en conclure ?

L'interpénétration des instances vie privée - vie professionnelle sur laquelle repose le développement du téléphone portable a forcé les services de marketing à innover. Car, traditionnellement, on ne communiquait pas de la même façon sur le marché des entreprises et sur celui des particuliers.

Le mobile est quand on y pense pas si vieux que cela en tant que produit de grande consommation et les consommateurs français apprennent juste à le découvrir : les prochaines années risquent d'être prometteuses mais aussi capitales pour les différents opérateurs d'où l'acharnement actuel.

Le mobile est un progrès mais, comme tant d'autres, à double tranchant. S'il offre une plus grande liberté, il peut aussi devenir une véritable aliénation. A chacun d'entre nous de ne pas se laisser déborder. Car tout porte à croire que le mobile va devenir un outil aussi banal que le téléphone fixe. La question est de savoir à quels besoins cette communication du « où je veux, quand je veux » répond et dans quelle mesure elle chamboule nos échanges avec les autres.