



L'usage des tablettes dans les foyers français

/ RÉSULTATS COMPLETS



25 octobre 2011



AGENDA

1. Principaux enseignements et analyses
2. Résultats détaillés
 - Profil des répondants
 - Etat des lieux
 - Intensité de l'utilisation
 - Nature de l'utilisation
 - Consommation
3. Méthodologie de l'étude
4. L'institut d'études OTO Research



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



25 octobre 2011



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

// ETUDE TABLETTES FRANCE 2011

1. Un nouvel écran de plus en plus incontournable
 - Plus de 2h40 et 6 prises en main tout au long de la journée
 - 92% utilisent leur tablette devant la TV, 68% souvent ou très souvent

2. Un usage toujours plus à domicile par toute la famille
 - Plus de 80% des usages à domicile, dans le salon et la chambre
 - Une utilisation systématique par l'ensemble des membres du foyer

3. Une confirmation du statut d'écran du media snacking et du loisir numérique
 - Web, news, e-mail, vidéos et réseaux sociaux dont les usages dominants
 - 34 applications installées, un usage équilibré du web et des applications

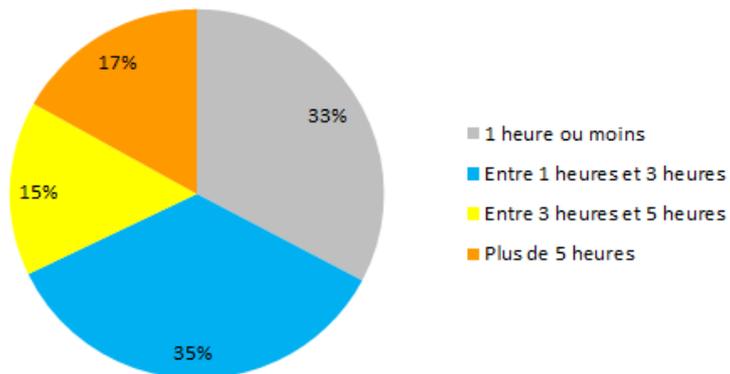
4. Un niveau de dépense mensuel élevé, une attente forte vis-à-vis des marques
 - Près de 14€ de dépenses mensuelles en contenus et applications
 - De fortes attentes en termes de présence de marque , 75% préférant le contenu gratuit avec publicité

5. Des différences significatives entre Apple & Android
 - Les iPaders consomment plus de contenus, d'applications et de réseaux sociaux
 - La surprise Archos qui a une part de marché équivalente à Samsung

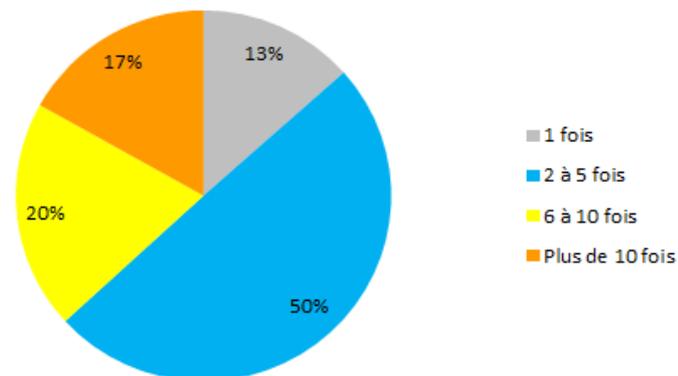
// AU CŒUR DU MULTI-ECRAN

Avec une moyenne de 2h40 d'utilisation et 6 prises en main tout au long de la journée, la tablette s'impose comme l'écran « always on », notamment devant la TV

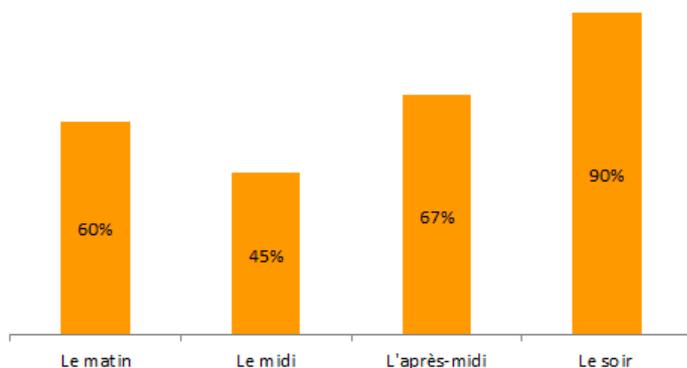
- Combien d'**heure** par jour utilisez-vous votre tablette ?



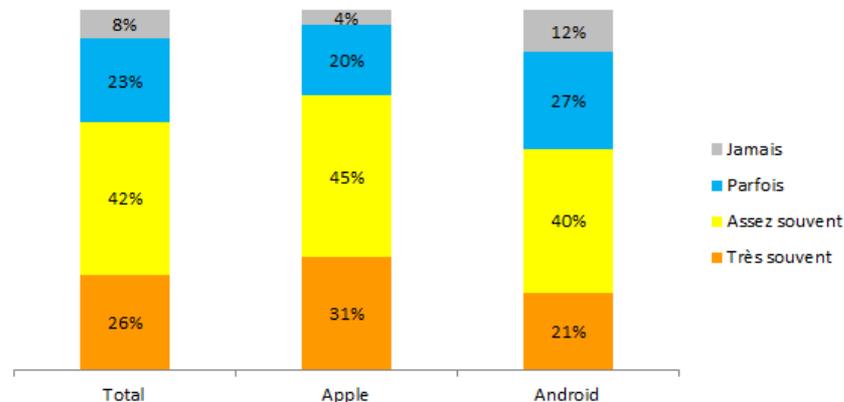
- Combien de **fois** utilisez-vous votre tablette par jour ?



- Utilisez vous votre tablette...

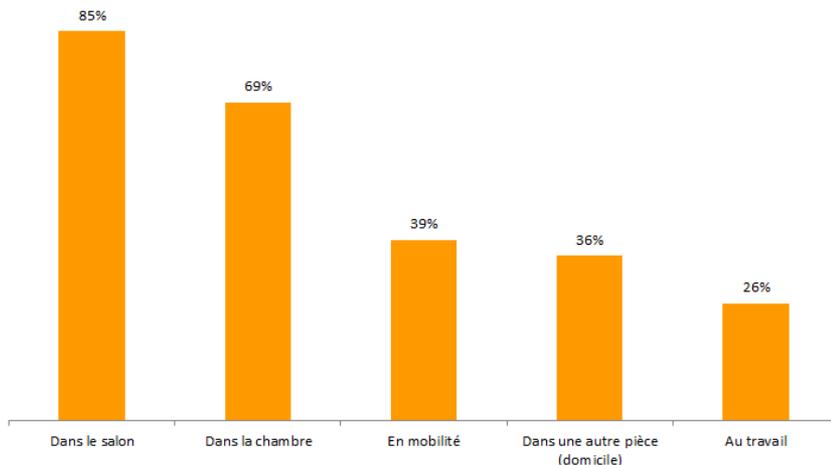


- Utilisez-vous votre tablette tout en regardant la télévision ?

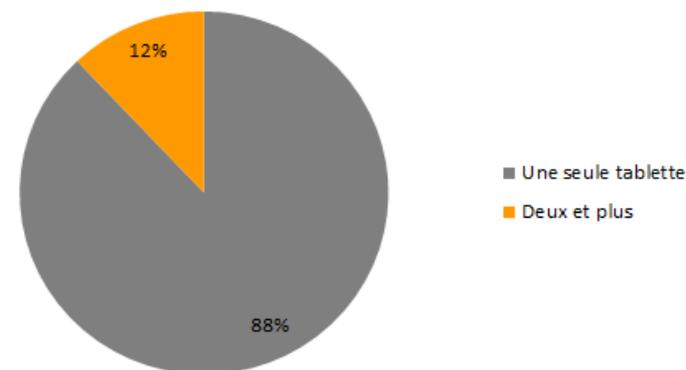


// UN USAGE SURTOUT COLLECTIF ET DANS LE SALON

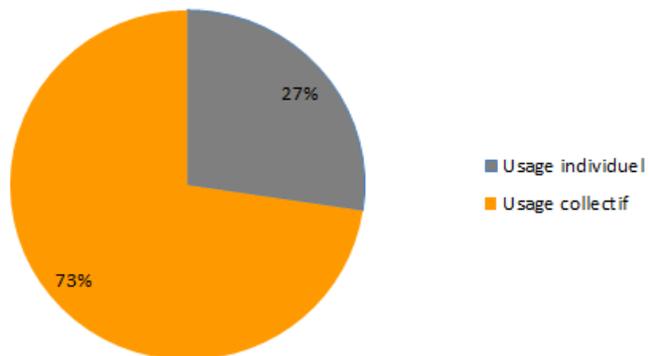
- Ou utilisez vous généralement votre tablette ?



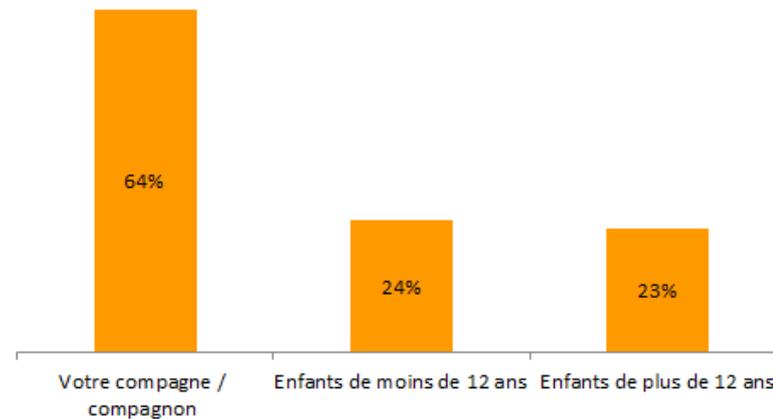
- Combien de tablettes possédez vous ?



- Si il y a d'autres personnes dans votre foyer, combien d'utilisateurs ?



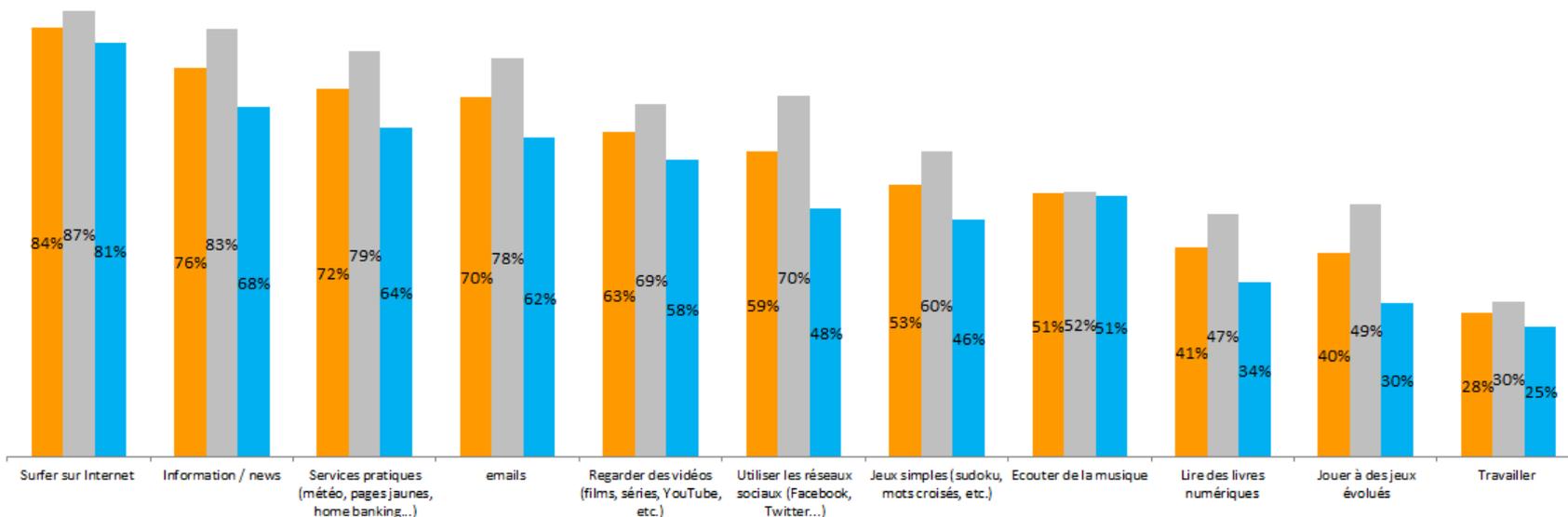
- Qui utilise votre tablette ?



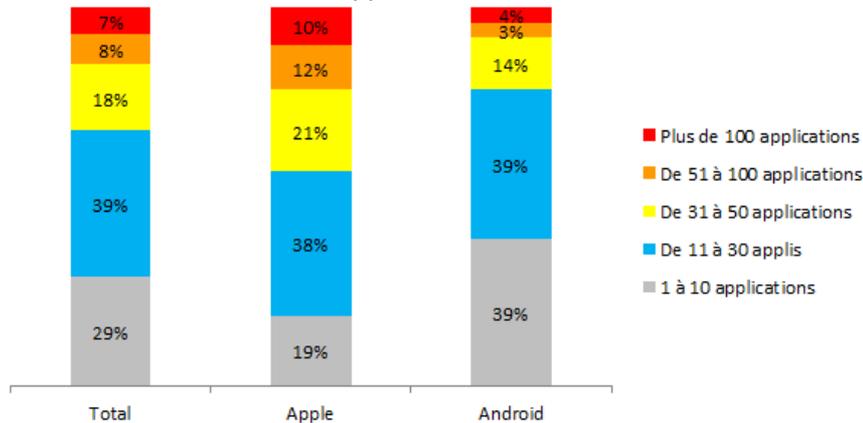
MEDIA SNACKING ET LOISIR

// UN ECRAN POUR TOUS LES LOISIRS

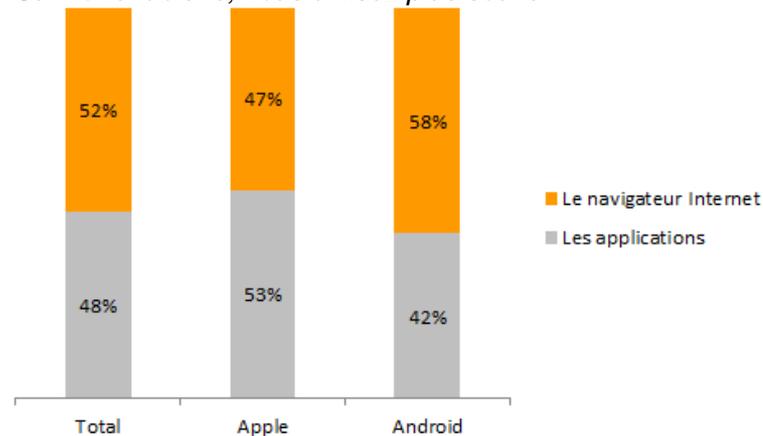
- Vous utilisez votre tablette pour ?



- Vous avez combien d'applications installées ?



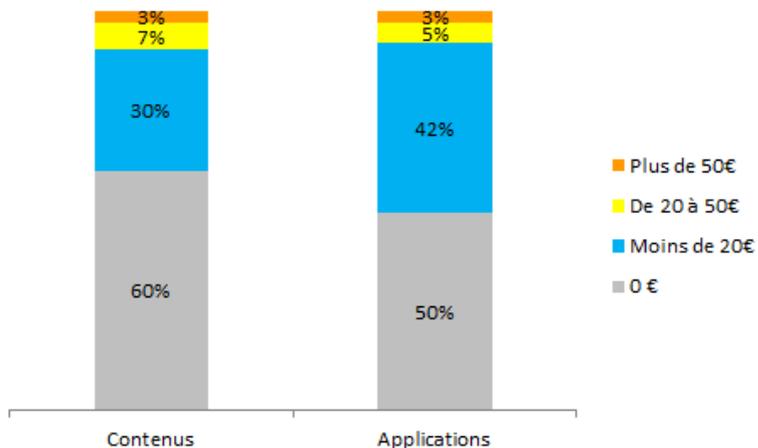
- Sur votre tablette, vous utilisez plus souvent :



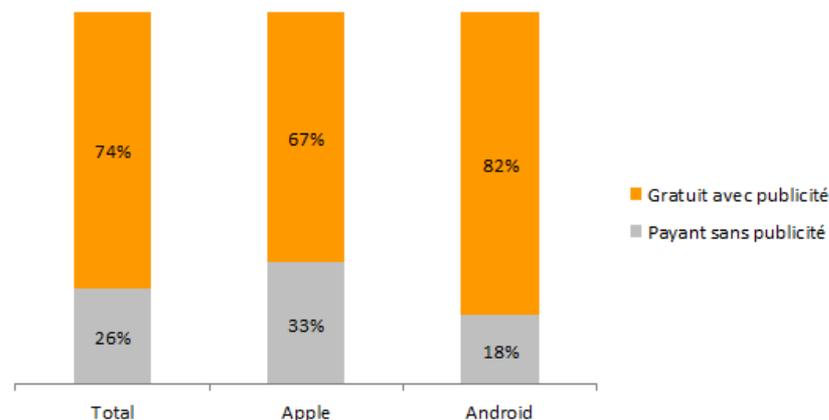
DES ATTENTES FORTES

// VIS-À-VIS DES MARQUES

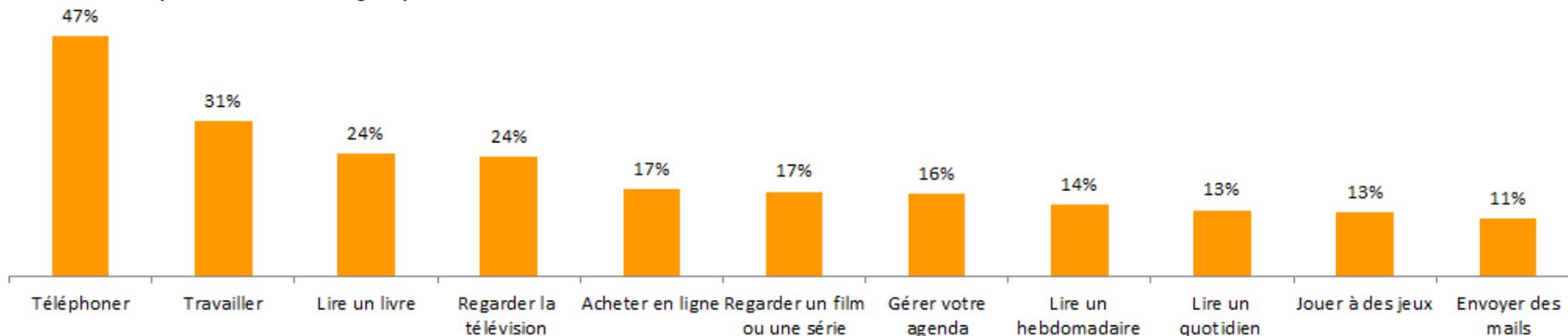
- Vous dépensez par mois en contenus et applications ?



- Si vous aviez le choix, vous préféreriez payer pour un contenu sans publicité ou avoir un contenu gratuit avec publicité ?



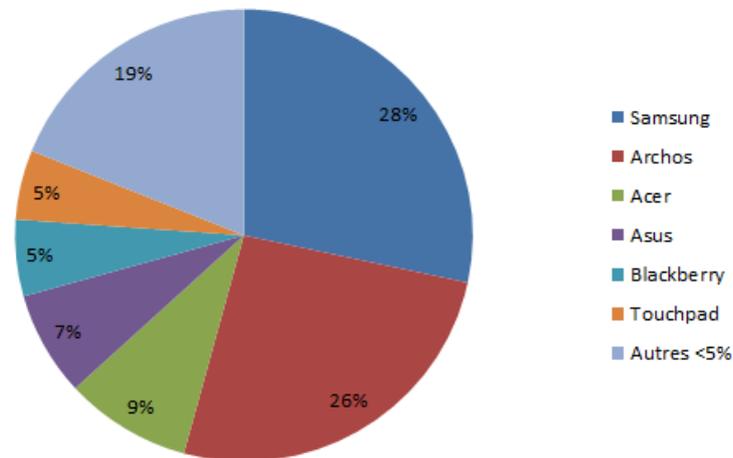
-Qu'est ce que vous n'envisagez pas de faire avec votre tablette ?



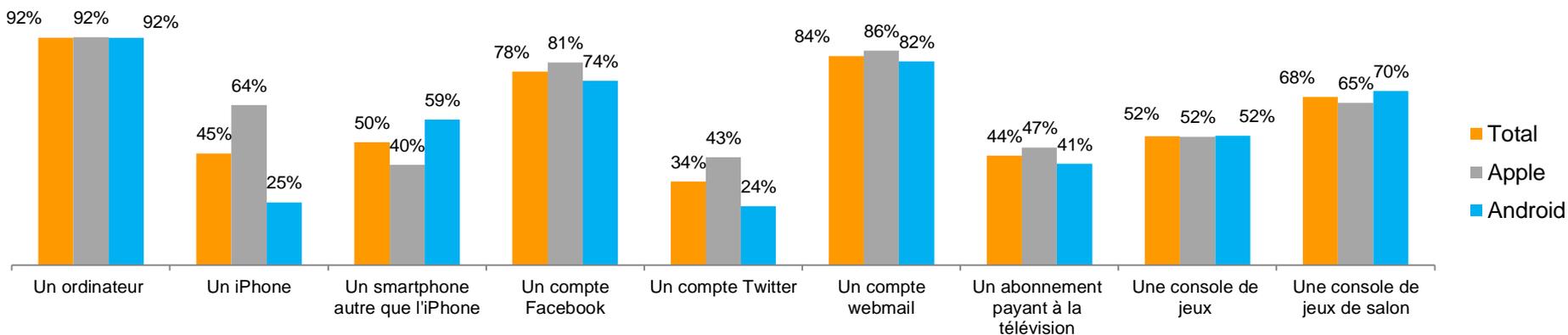
// PLUS D'APPLIS, DE CONTENUS ET DE RESEAUX SOCIAUX POUR LES IPADERS

	Apple	Autres OS
Nombre d'applications	43.4	24.9
Dépenses mensuelles de contenus	7.5 €	6.5 €
Dépenses mensuelles en applications	8.3 €	6.2 €
Total dépenses mensuelles	15.8 €	12.7 €
Nombre d'heures par jour	2.4	2.6
Nombre de prises en main par jour	6.5	6.0

- Quel modèle de tablette ?



- A titre personnel, possédez vous à ce jour ?





RESULTATS DETAILLES

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



25 octobre 2011





PROFILS DES REpondANTS

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



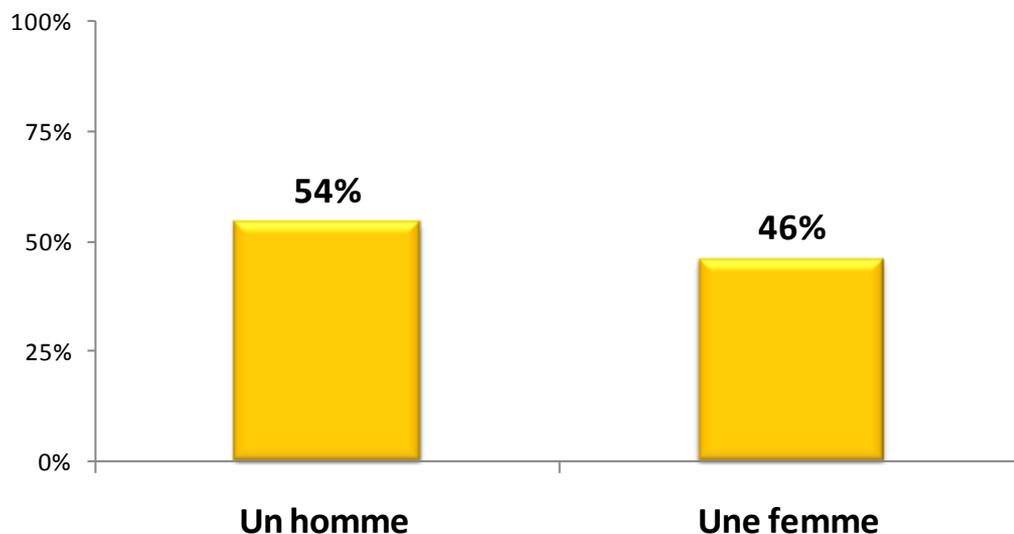
25 octobre 2011



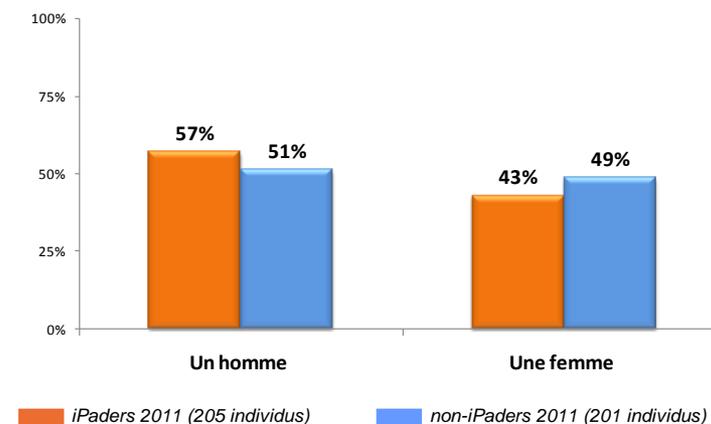
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » La population des possesseurs de tablette compte en 2011 un peu plus d'hommes que de femmes.
- » Toutefois, le déséquilibre reste mince et la tablette n'est pas enfermée – à l'inverse d'autres matériels high-tech – dans une galaxie exclusivement masculine.

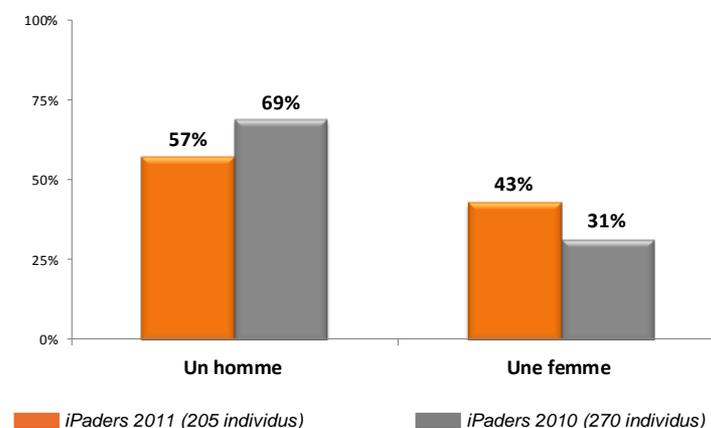
> SEXE



Zoom 1



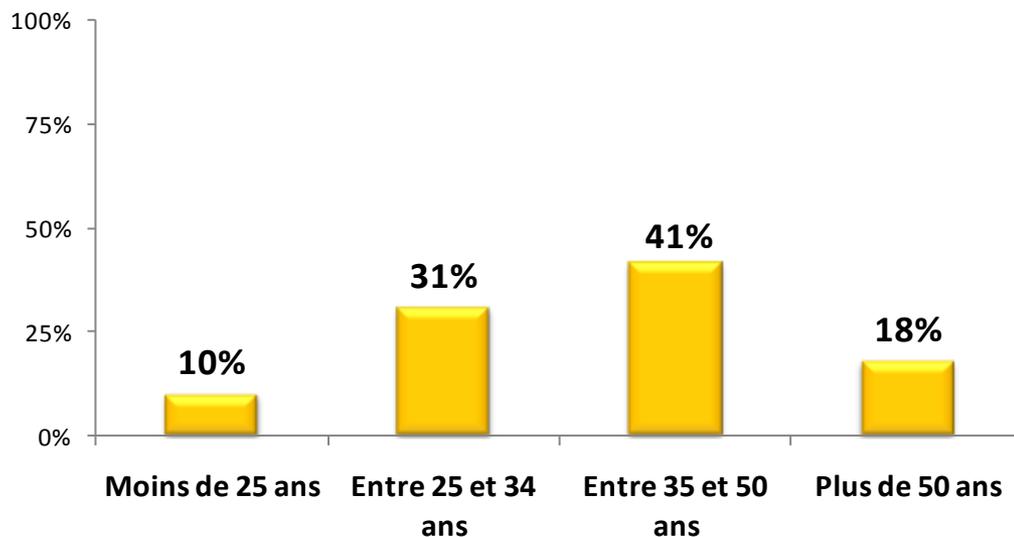
Zoom 2



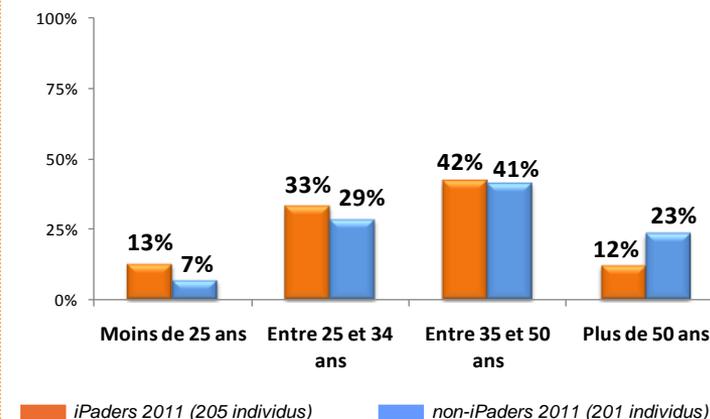
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » La tablette n'est pas réservée aux jeunes !
- » Environ 2 possesseurs de tablettes sur 5 ont **moins de 35 ans**, 2 sur 5 ont **entre 35 et 50 ans** et **1 sur 5 a plus de 50 ans** !

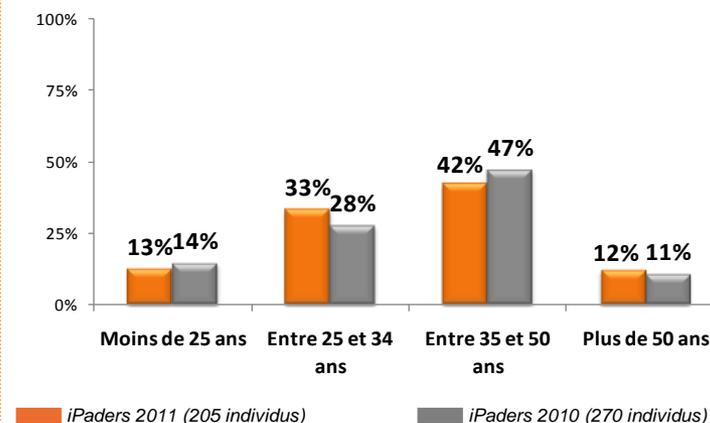
> AGE



Zoom 1



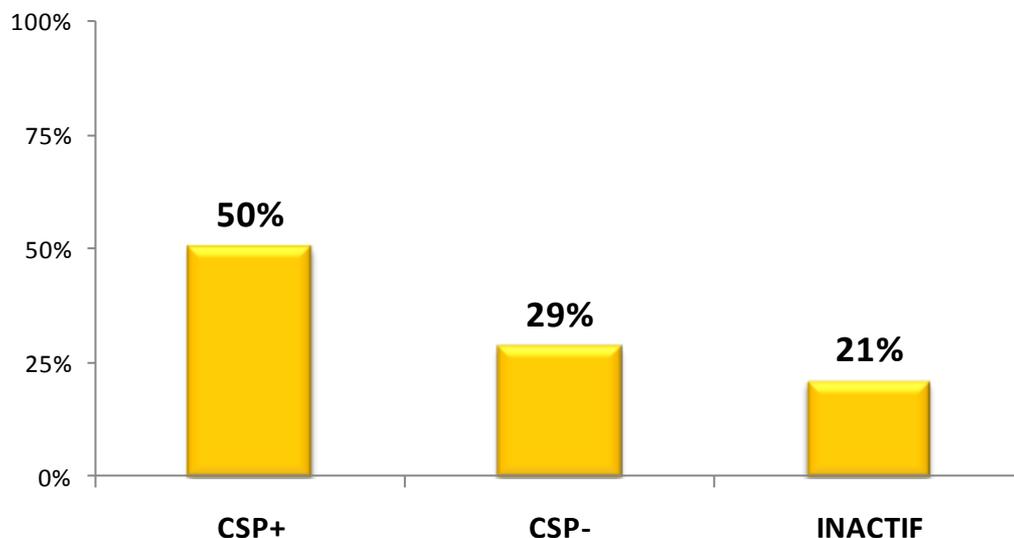
Zoom 2



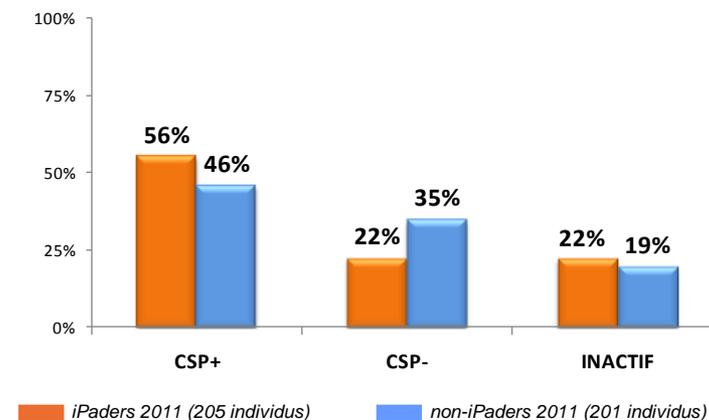
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Si elle n'est pas réservée qu'aux hommes et aux jeunes, la tablette reste en revanche un luxe que s'octroie beaucoup plus facilement les CSP+.
- » Ce phénomène est d'autant plus marqué chez les possesseurs d'iPad.

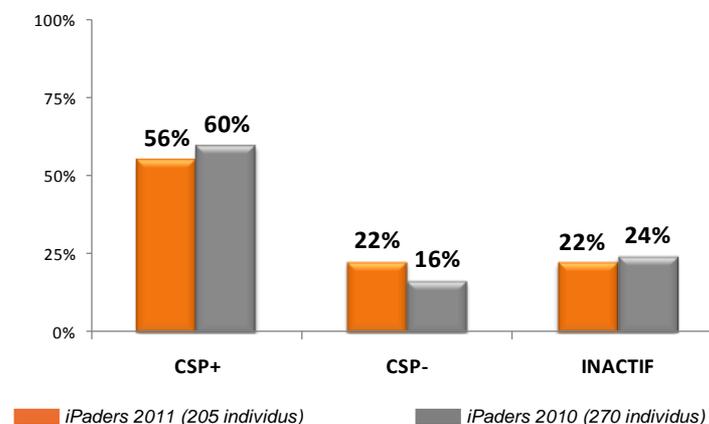
> CSP



Zoom 1



Zoom 2





ETAT DES LIEUX

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



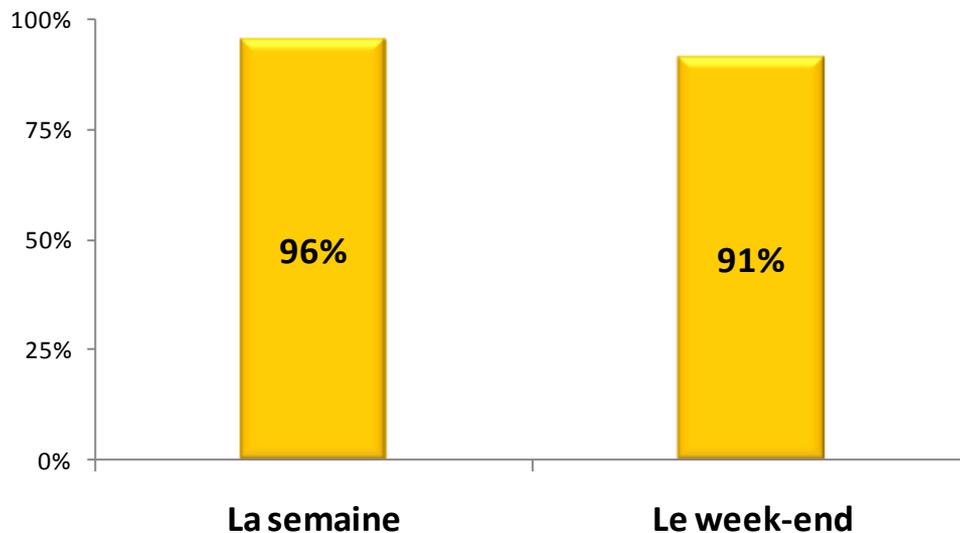
25 octobre 2011



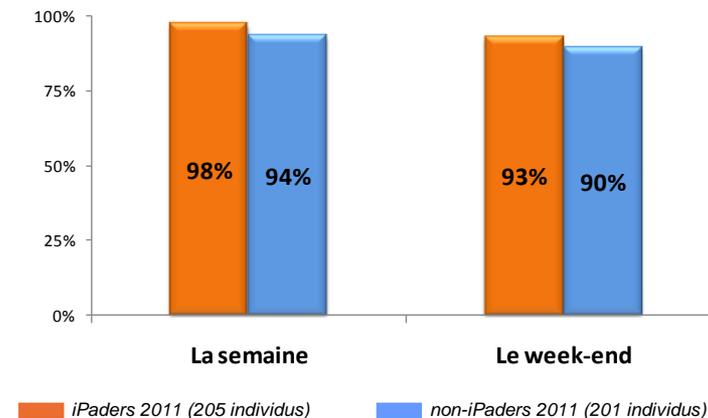
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » La tablette est un objet du quotidien : elle tend à être utilisée tous les jours.
- » Quelques rares répondants avouent « décrocher » tout de même un peu le week-end.

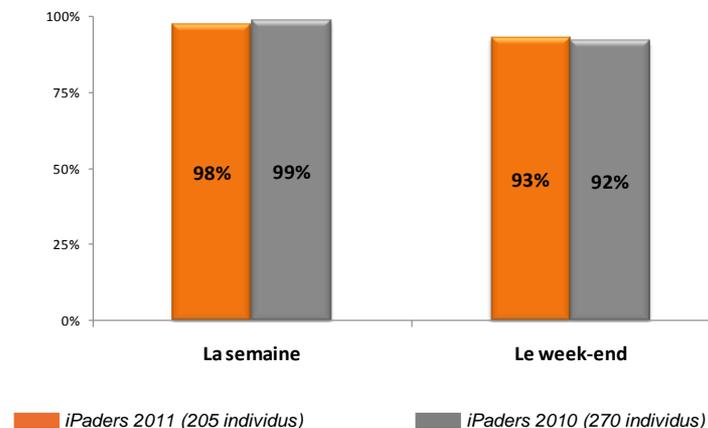
> Utilisez-vous votre tablette :



Zoom 1



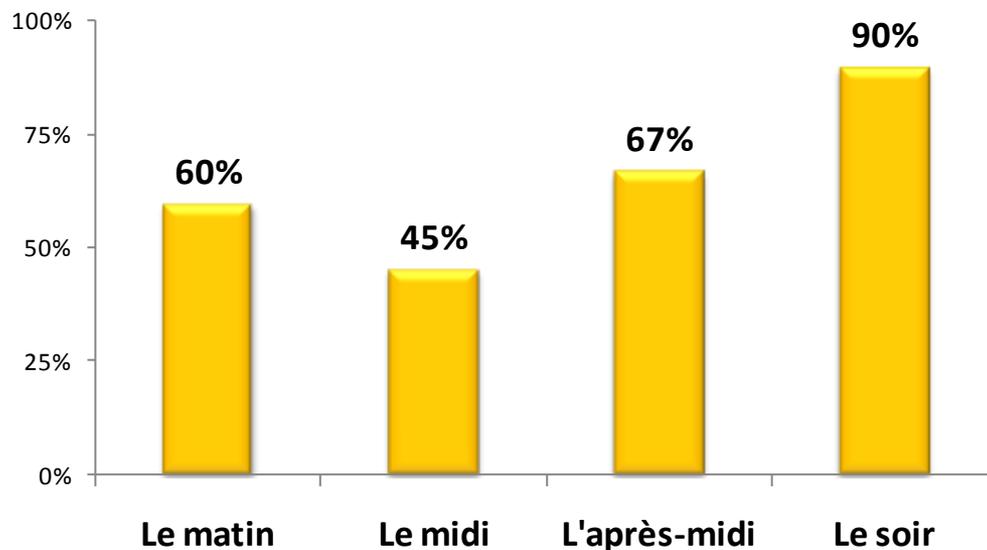
Zoom 2



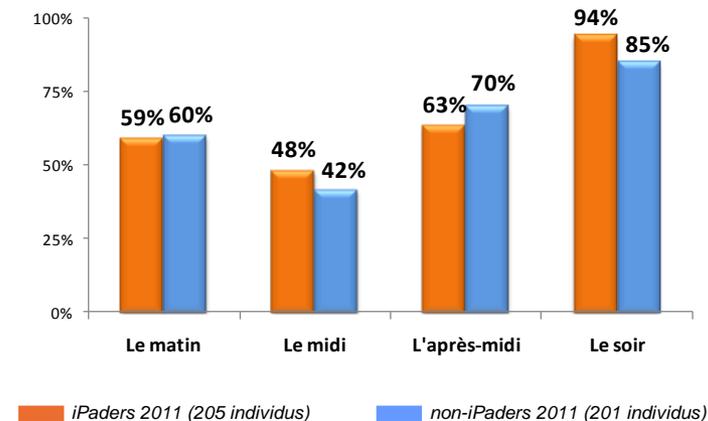
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » La tablette est avant tout utilisée pendant la soirée : elle est donc a priori plus souvent manipulée dans un cadre récréatif, après la journée de travail.
- » Le matin et l'après-midi sont aussi des moments choisis régulièrement par les répondants pour sortir leur tablette.

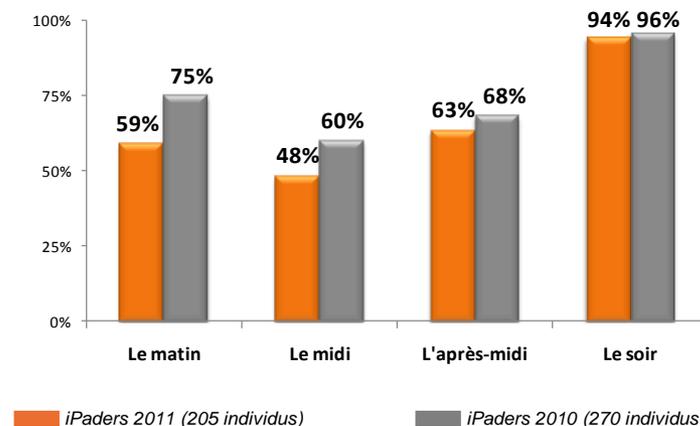
> Utilisez-vous votre tablette :



Zoom 1



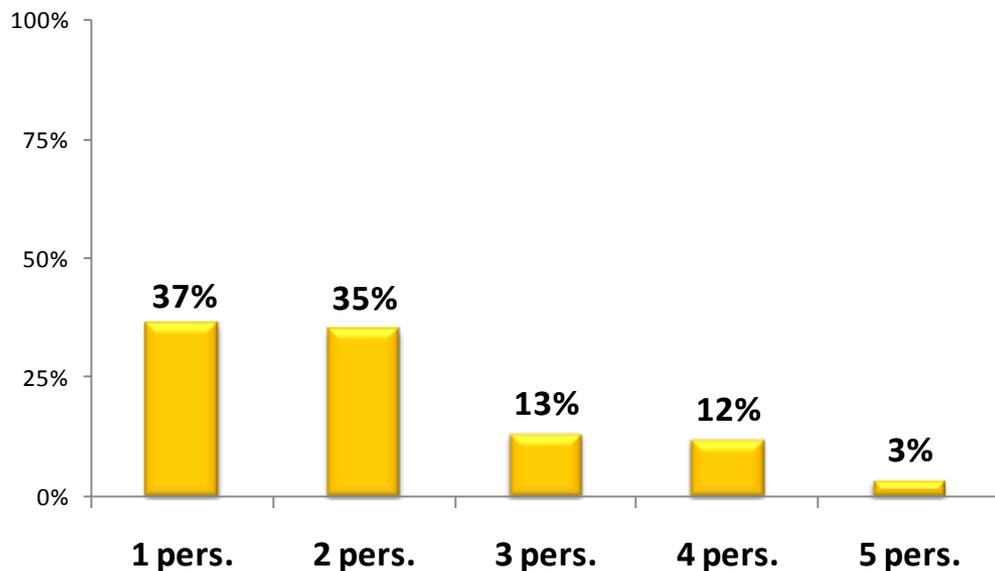
Zoom 2



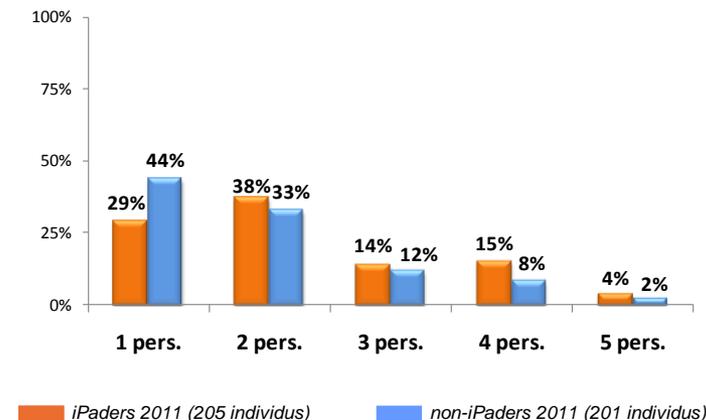
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Près de deux-tiers des individus interrogés partagent leur tablette avec au moins une autre personne.
- » A l'inverse d'un smartphone, la tablette n'est pas un objet individuel : elle centralise les contenus et les applications de toute la famille.

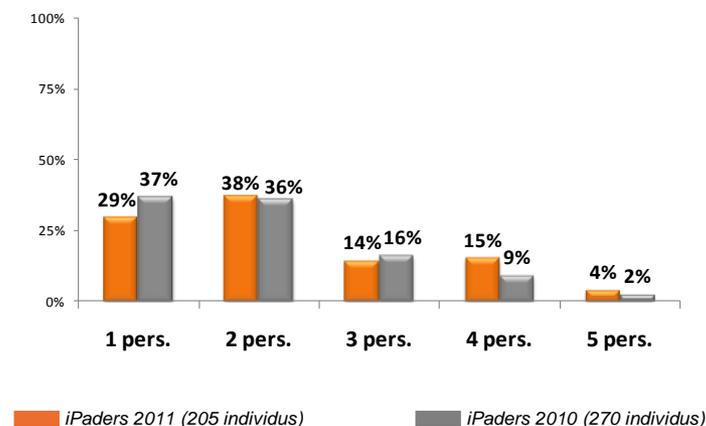
> Combien de personnes utilisent votre tablette au sein de votre foyer, ne serait-ce que de temps en temps ?



Zoom 1



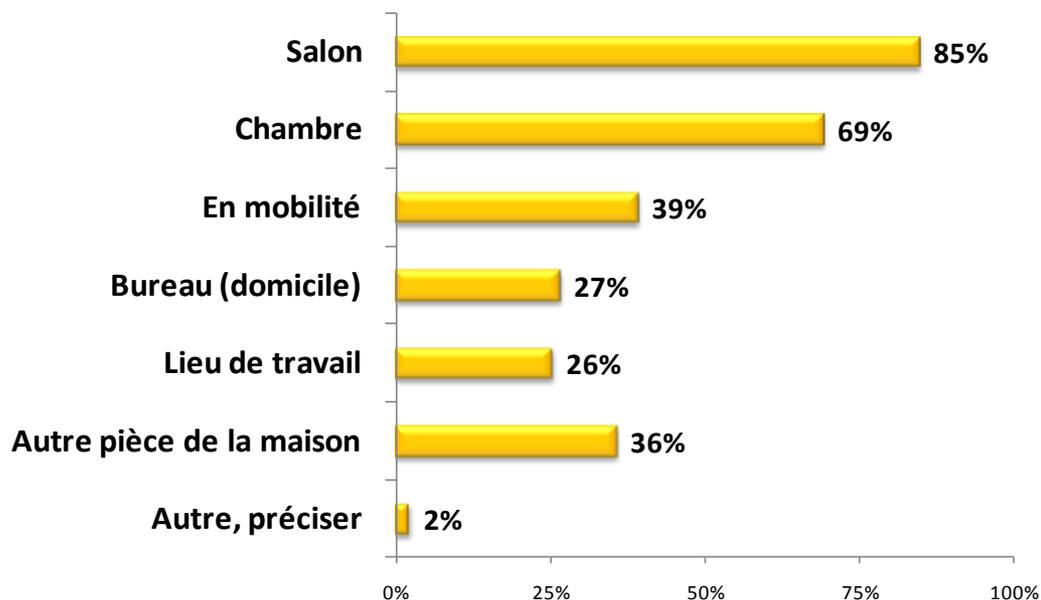
Zoom 2



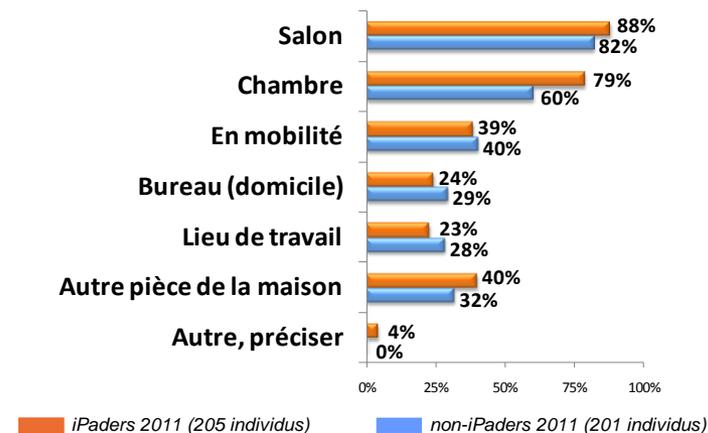
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » De fait, puisque la tablette tend à être partagée, on l'a retrouvée le plus souvent dans la pièce la plus conviviale de la maison : le salon.
- » Elle rentre néanmoins aussi dans l'intimité / la sphère privée des individus puisqu'elle est également beaucoup utilisée dans la chambre.
- » A noter : son usage est avant tout domestique. Seulement deux individus sur cinq déclarent l'utiliser en situation de mobilité.

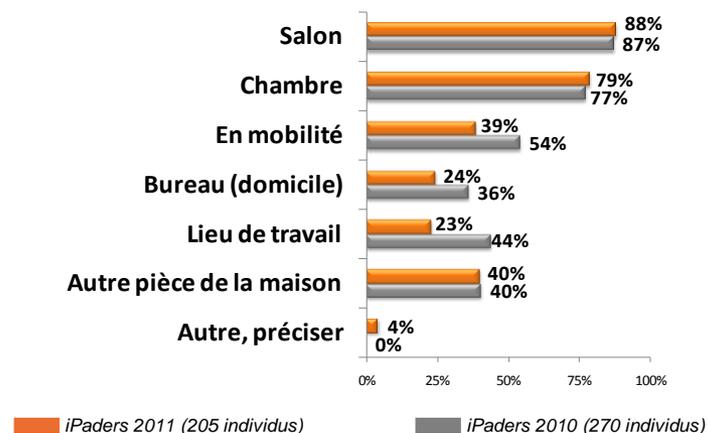
> Où utilisez-vous votre tablette en général ?



Zoom 1



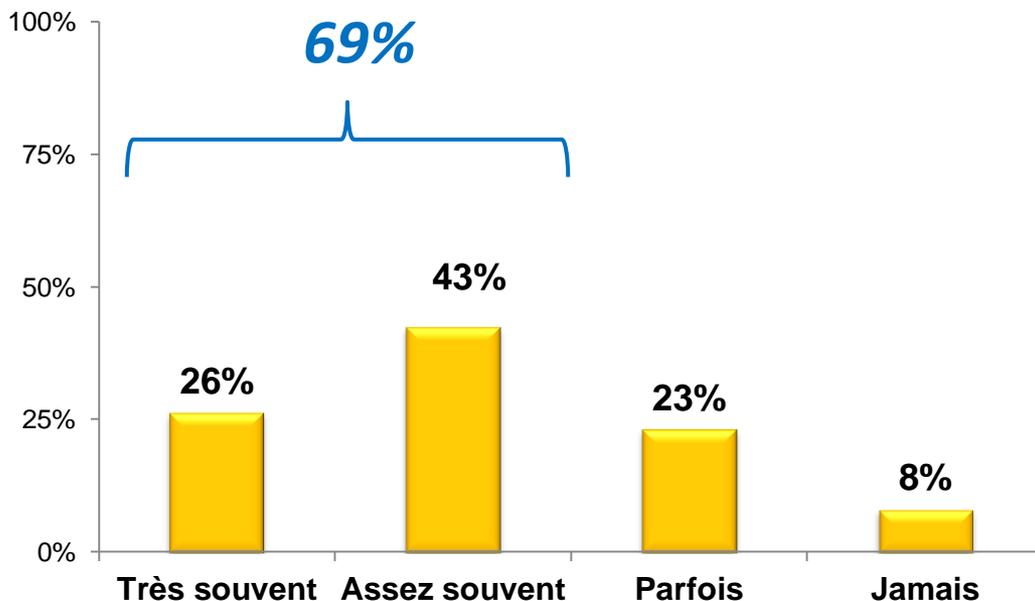
Zoom 2



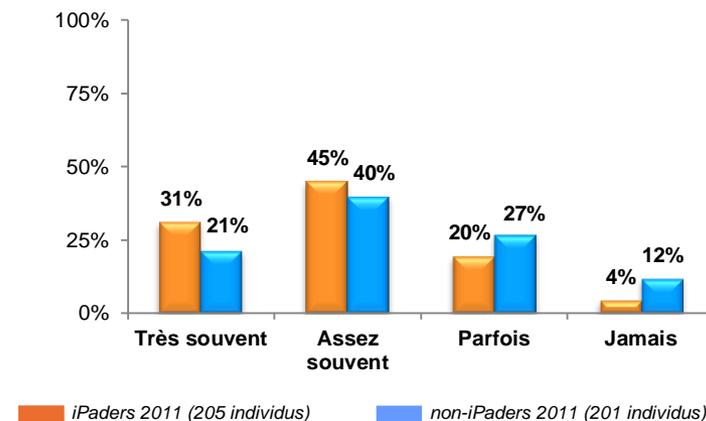
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Plus de deux-tiers des répondants affirment utiliser régulièrement leur tablette tout en regardant la télévision.
- » Ce constat laisse entrevoir de nombreuses possibilités de convergences entre les deux médias.

> Utilisez-vous votre tablette tout en regardant la télévision ?



Zoom 1



Zoom 2

**Question non-posée
en 2010**

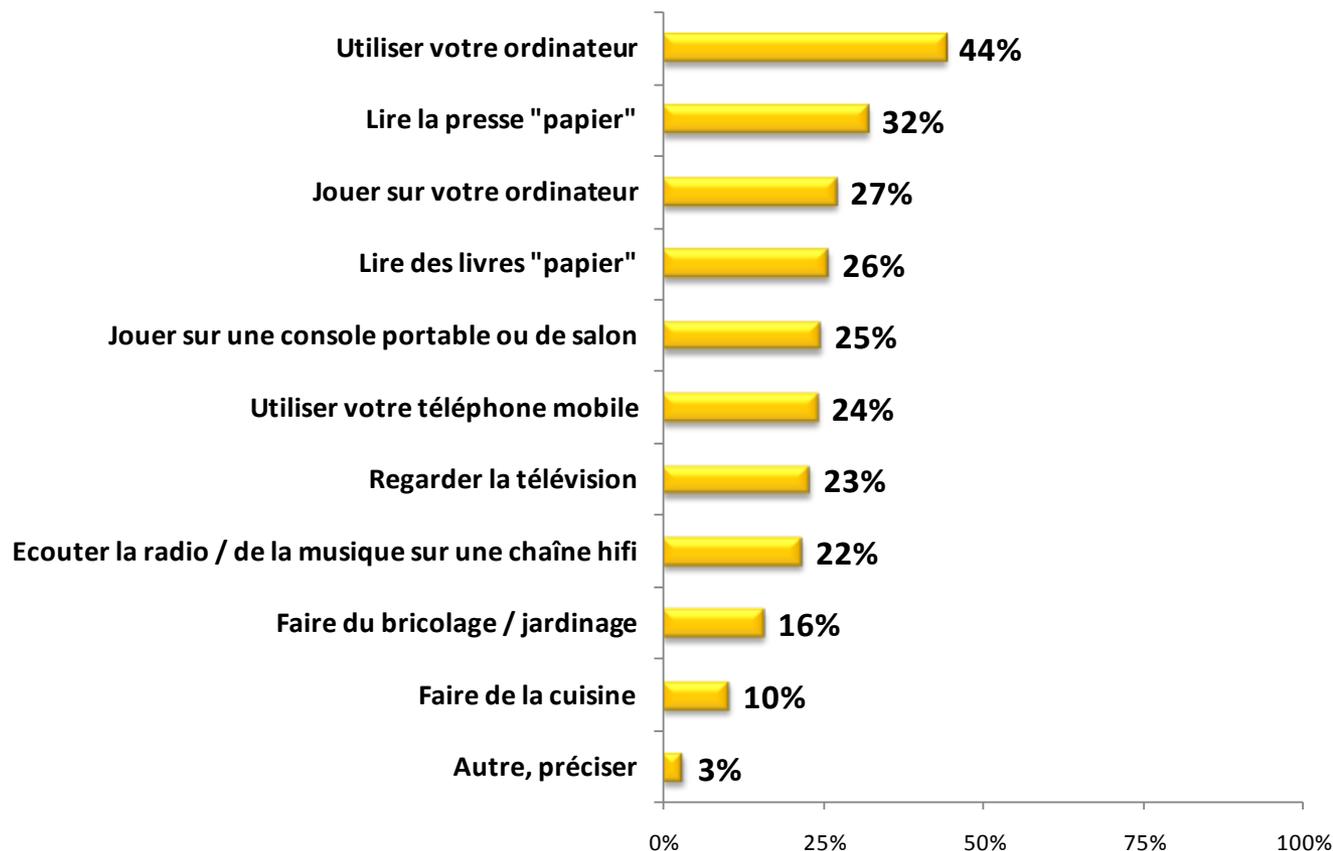
iPaders 2011 (205 individus)

iPaders 2010 (270 individus)

// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » L'ordinateur est le premier media à « souffrir » face à la tablette qui se présente pour près de la moitié des répondants comme un clair outil de substitution.
- » La tablette a fait perdre des lecteurs à la presse papier (près d'un tiers des répondants avouent la lire moins souvent).
- » La TV et la radio résistent un peu mieux : un peu plus d'un individu sur cinq avoue moins consommer ces médias.

> Et depuis que vous avez votre tablette, que faites-vous moins souvent ?

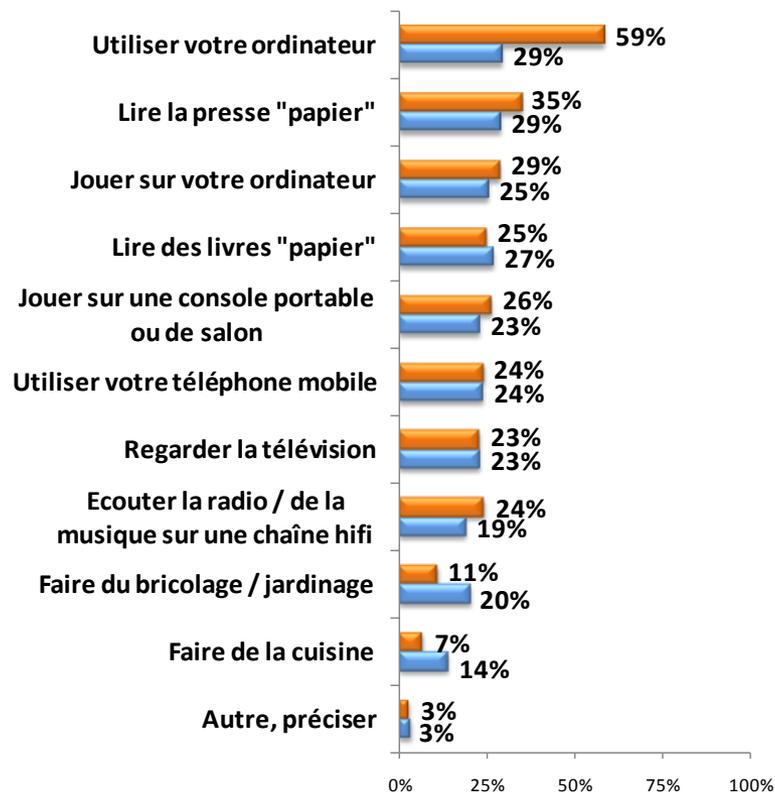


// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

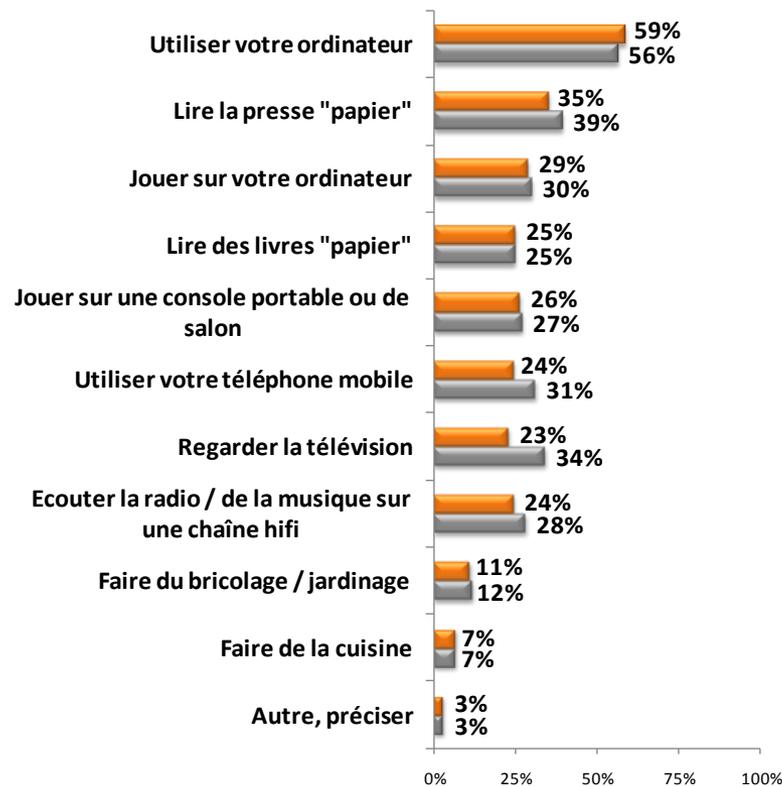
- » L'ordinateur est encore plus délaissé par les possesseurs d'iPad.
- » En 2010, les iPaders, plus early-adopter que ceux d'aujourd'hui, regardaient moins la télévision que ceux de 2011.

> Et depuis que vous avez votre tablette, que faites-vous moins souvent ?

Zoom 1



Zoom 2



iPaders 2011 (205 individus) non-iPaders 2011 (201 individus)

iPaders 2011 (205 individus) iPaders 2010 (270 individus)



INTENSITE DE L'UTILISATION

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



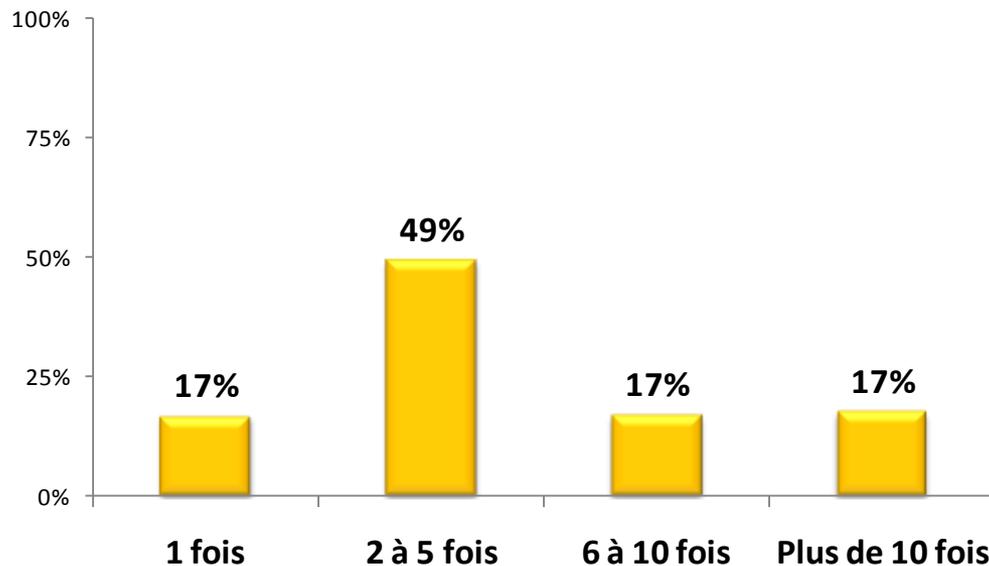
25 octobre 2011



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

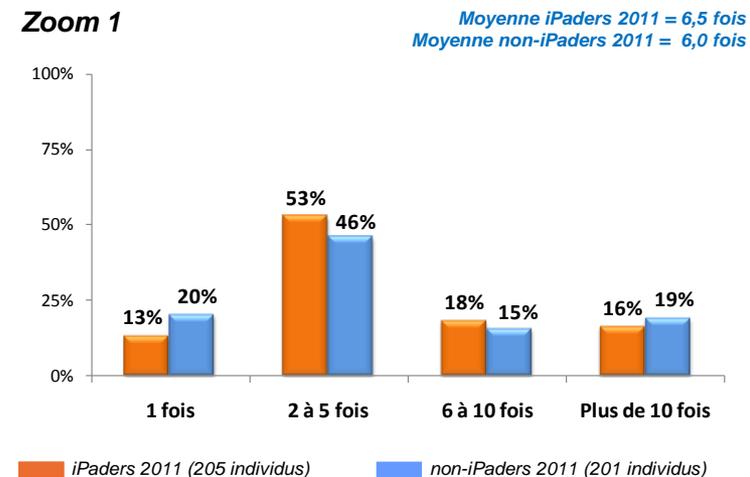
- » En semaine, la tablette est utilisée en moyenne 6,3 fois par jour.
- » Cette moyenne est légèrement plus élevée chez les iPaders : 6,5 prises en main en moyenne par jour contre 6 chez les autres.

> Combien de fois utilisez-vous votre tablette en moyenne pendant les jours de semaine (du lundi au vendredi) ?



Nombre moyen de prise en mains = 6,3 fois

Zoom 1



Zoom 2

Question posée
différemment en 2010

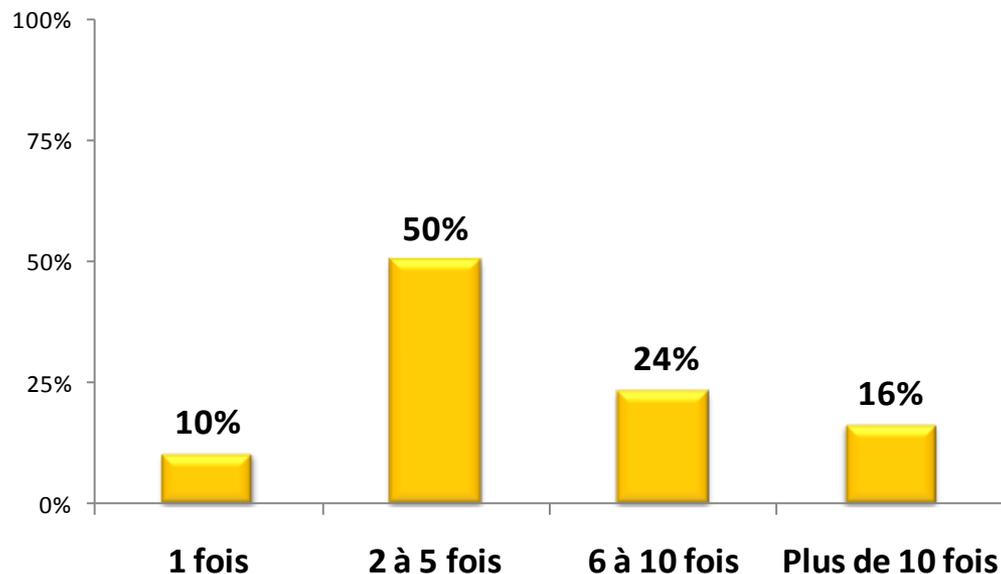
iPaders 2011 (205 individus)

iPaders 2010 (270 individus)

// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

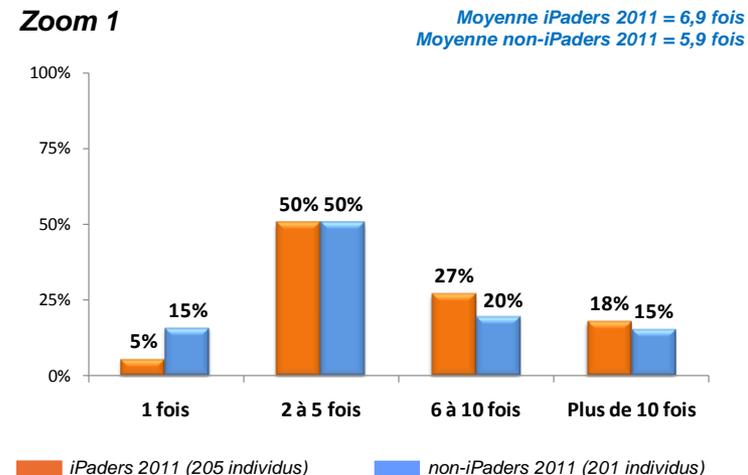
- » Le week-end, le nombre moyen d'utilisation journalière reste sensiblement le même.
- » Les iPaders utilisent de façon un peu plus répétée leur tablette le week-end que les autres.

> Combien de fois utilisez-vous votre tablette en moyenne pendant les jours du week-end ?



Nombre moyen de prise en mains = 6,4 fois

Zoom 1



Zoom 2

Question posée
différemment en 2010

iPaders 2011 (205 individus)

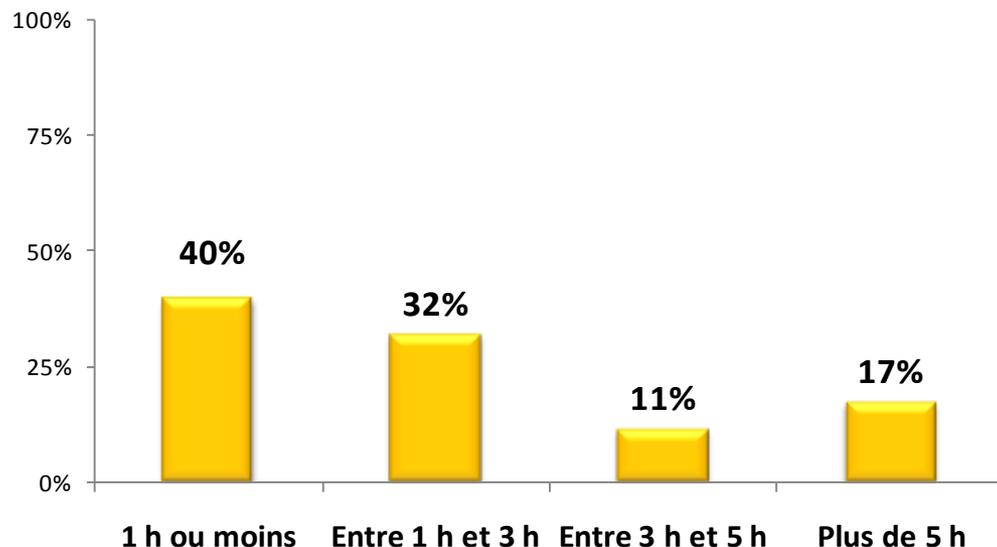
iPaders 2010 (270 individus)

INTENSITE DE L'UTILISATION

// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » En semaine, les individus interrogés passent en moyenne 2h30 à manipuler leur tablette.
- » Deux individus sur cinq y consacrent une heure ou moins par jour.

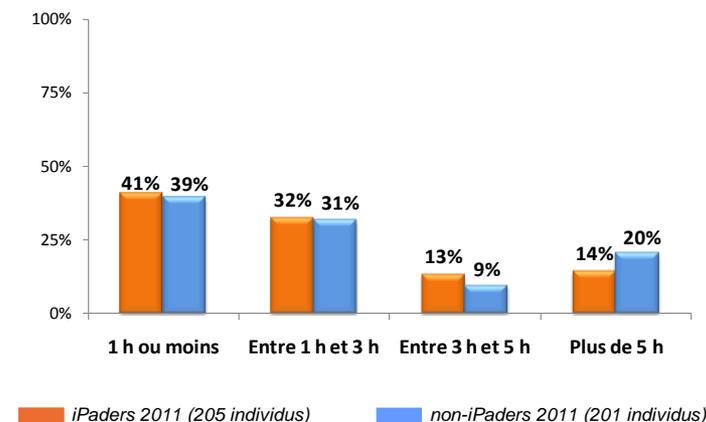
> Combien d'heure par jour utilisez-vous votre tablette en moyenne pendant les jours de semaine (du lundi au vendredi) ?



Durée moyenne d'utilisation journalière = 2h30

Zoom 1

Moyenne iPaders 2011 = 2h25
Moyenne non-iPaders 2011 = 2h35



Zoom 2

**Question posée
différemment en 2010**

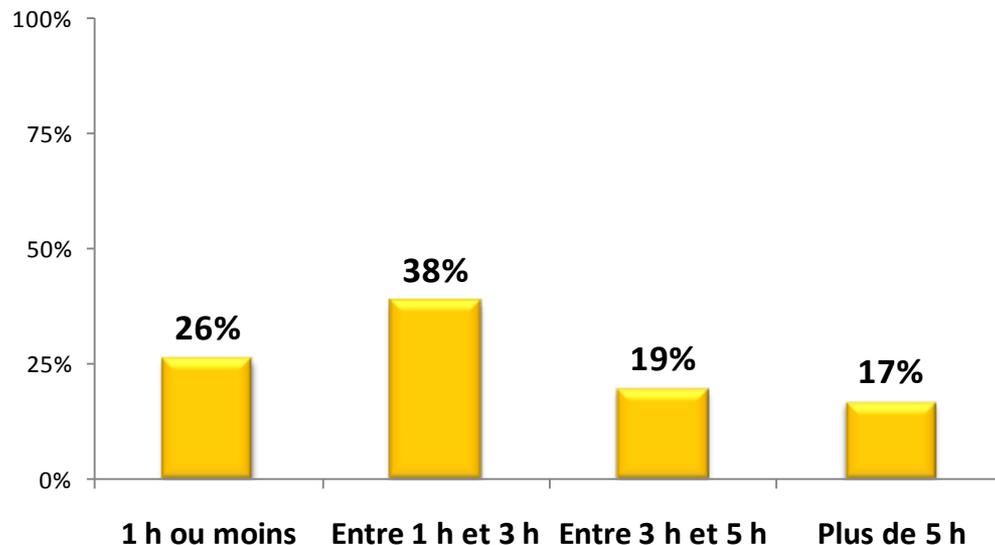
iPaders 2011 (205 individus)

iPaders 2010 (270 individus)

// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

» Le week-end, la durée d'utilisation moyenne de la tablette s'allonge : elle passe de 2h30 à 3h00.

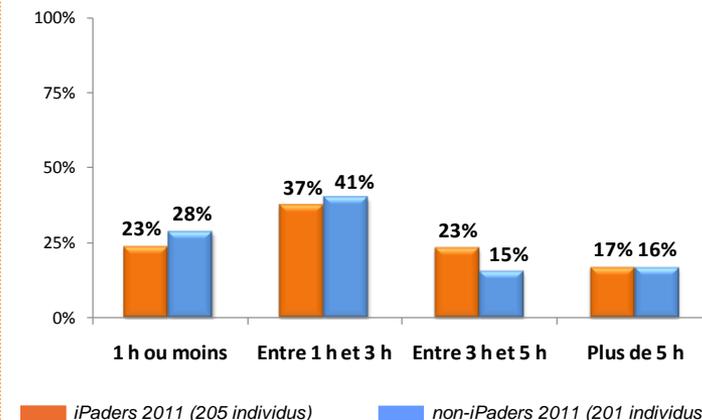
> Combien d'heure par jour utilisez-vous votre tablette en moyenne pendant les jours du week-end ?



Durée moyenne d'utilisation journalière = 3h00

Zoom 1

*Moyenne iPaders 2011 = 3h00
Moyenne non-iPaders 2011 = 3h00*



Zoom 2

**Question posée
différemment en 2010**

iPaders 2011 (205 individus)

iPaders 2010 (270 individus)



NATURE DE L'UTILISATION

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



25 octobre 2011

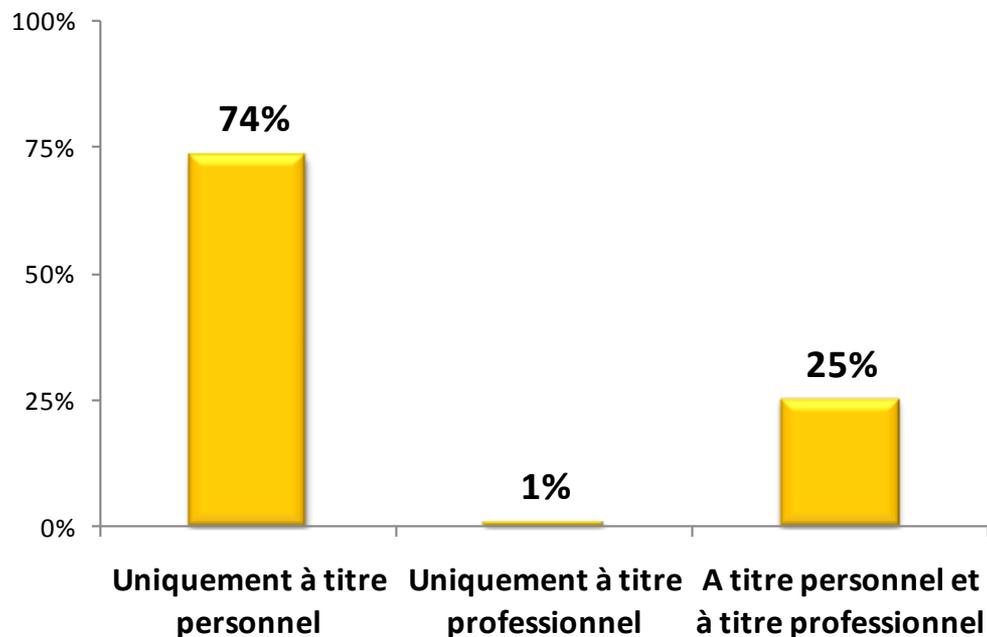


NATURE DE L'UTILISATION

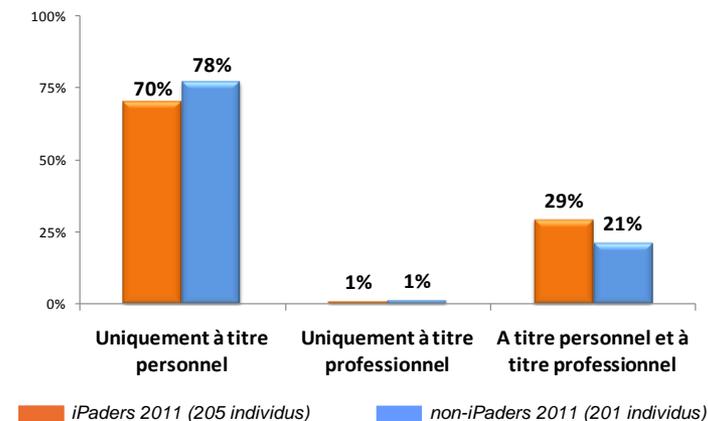
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Pour trois-quarts des répondants, la tablette est utilisée uniquement à titre personnel.
- » Confirmation que la tablette est avant tout un objet « loisir ».

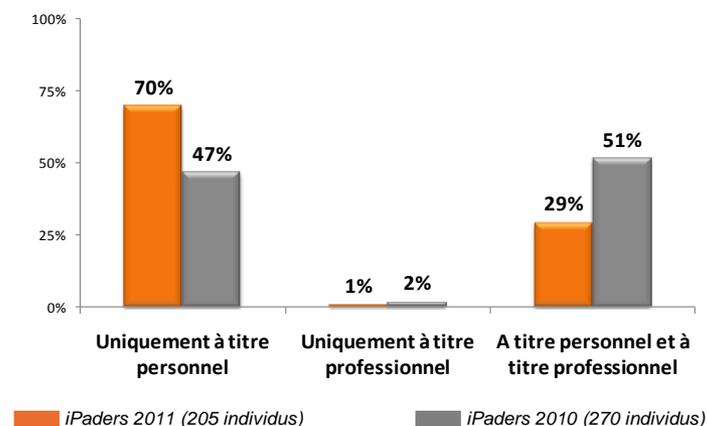
> Utilisez-vous votre tablette :



Zoom 1



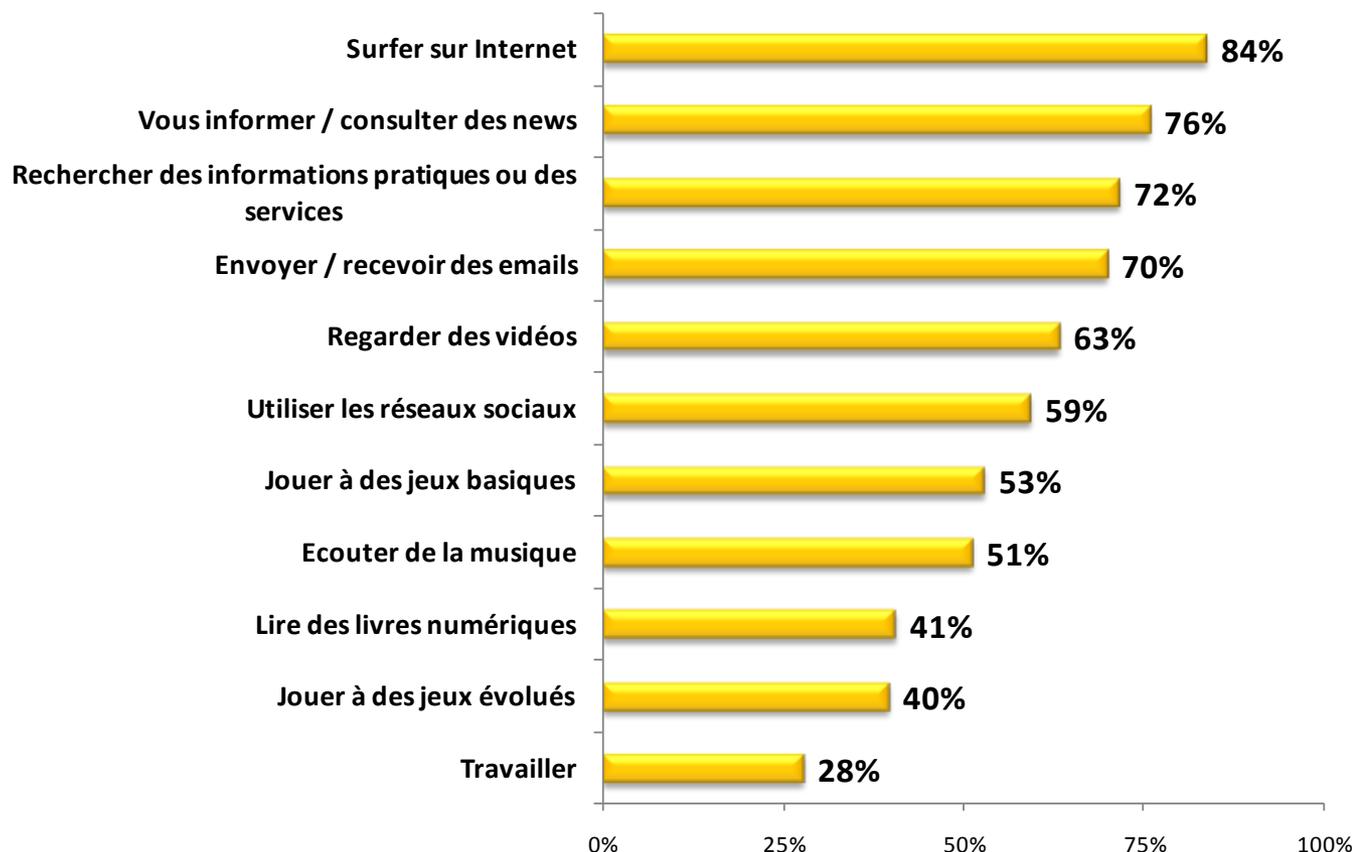
Zoom 2



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » La tablette est naturellement utilisée avant tout pour surfer sur Internet.
- » On s'en sert aussi pour suivre l'actualité, rechercher des informations pratiques ou envoyer/recevoir des emails.
- » A noter que seulement deux cinquièmes des répondants l'utilisent pour lire des livres numériques et jouer à des jeux évolués.

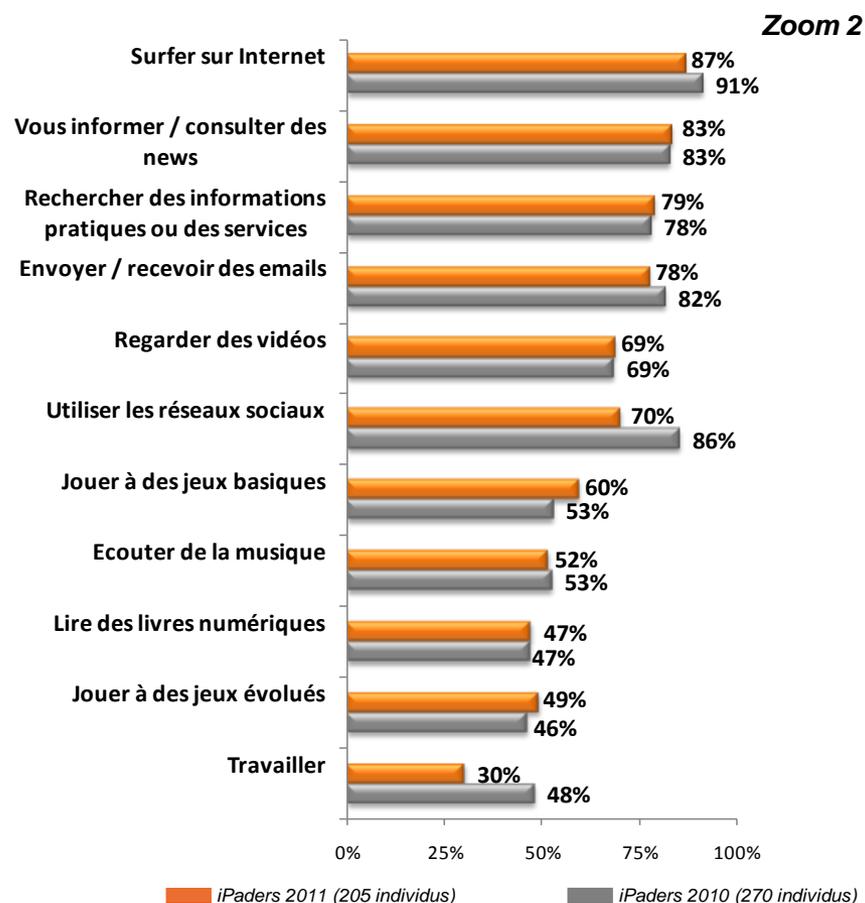
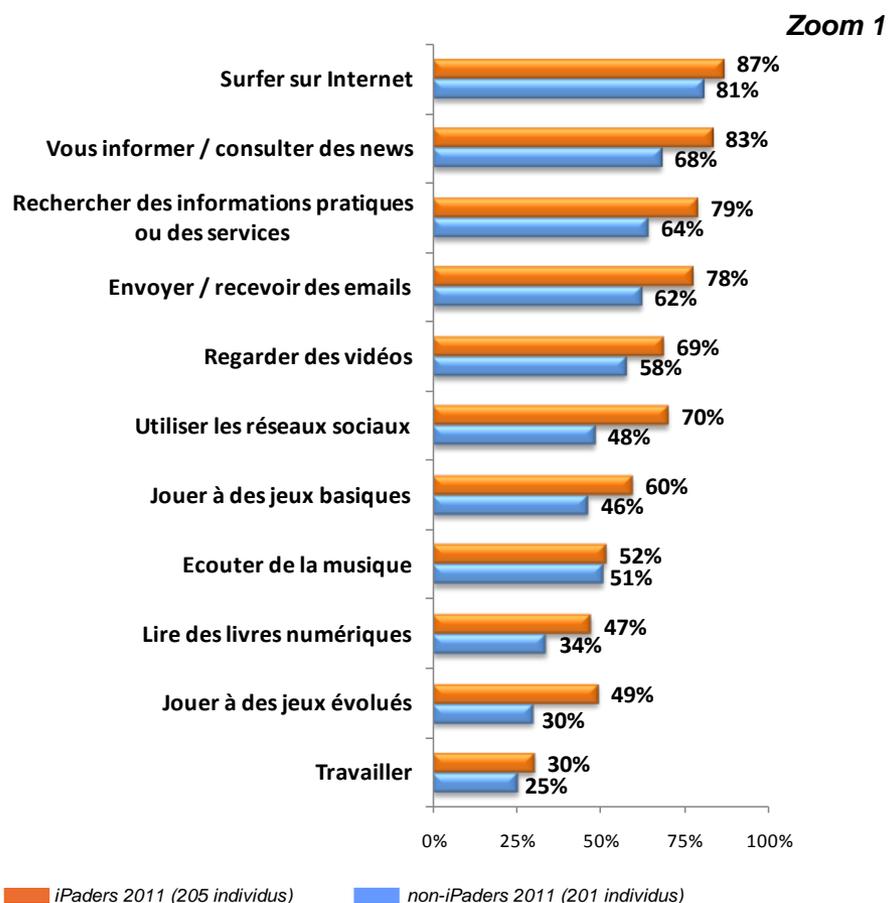
> *Vous utilisez votre tablette pour :*



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Les iPaders ont de manière générale plus d'activités que les autres possesseurs de tablettes.
- » Certaines évolutions de comportement indiquent que la population des iPaders a changé et s'est ouvert au grand public : en 2011, ils utilisent moins leur tablette pour surfer sur les réseaux sociaux et pour travailler.

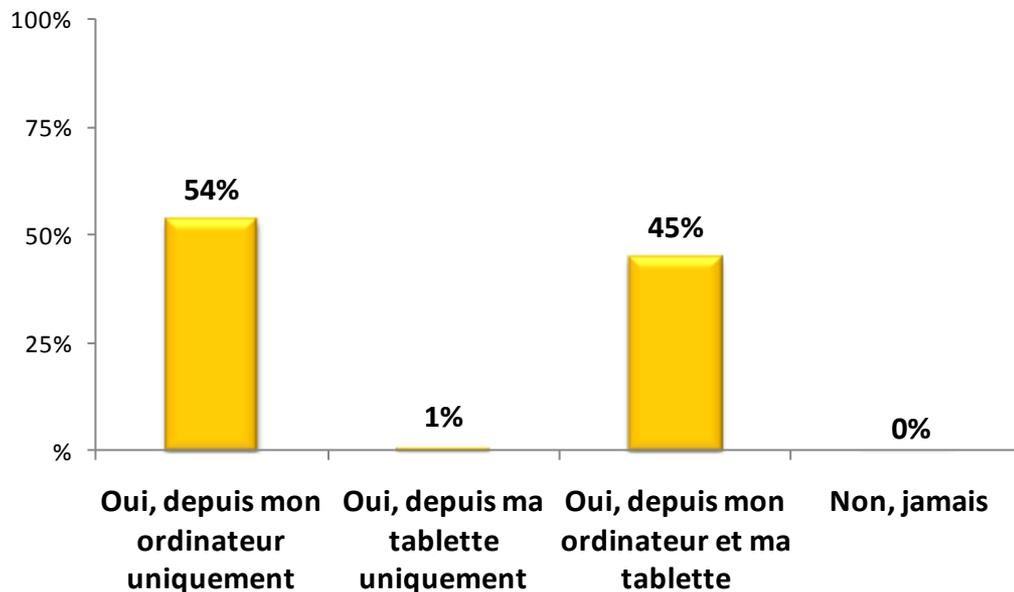
> Vous utilisez votre tablette pour :



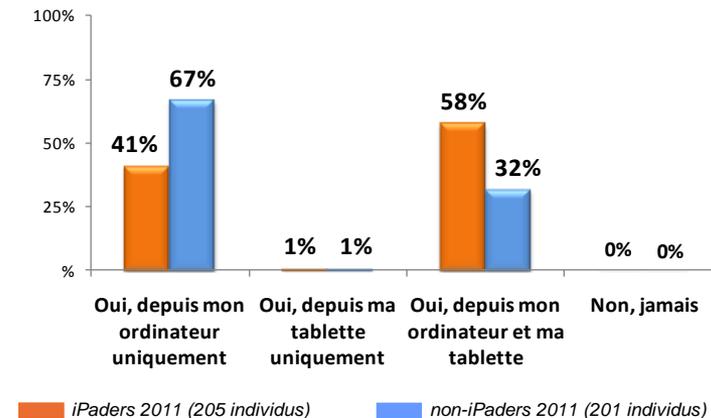
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Un peu plus de la moitié des répondants n'ont pas encore réalisé d'achats depuis leur tablette.
- » Cette proportion est plus faible chez les iPaders.

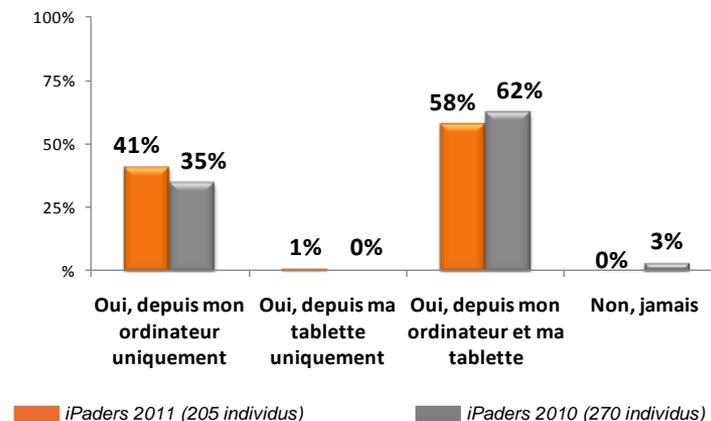
> Avez-vous déjà fait des achats sur Internet ?



Zoom 1



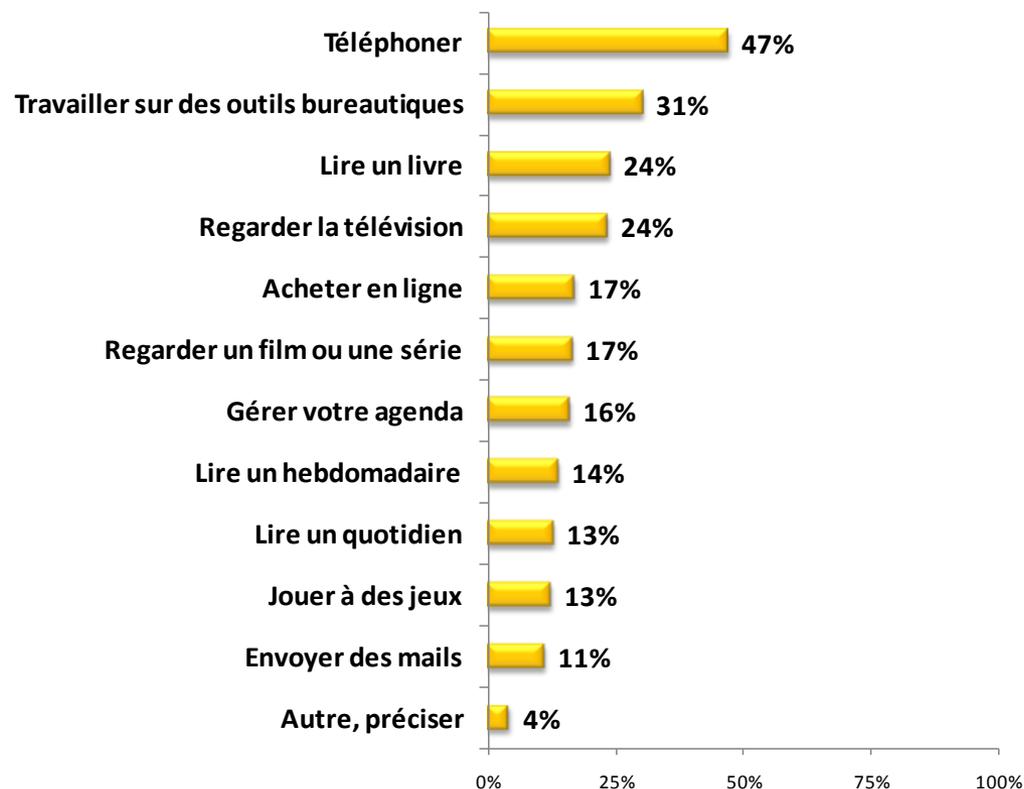
Zoom 2



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Près de la moitié des individus interrogés ne s'imaginent pas **téléphoner** avec leur tablette (*N.B : l'utilisation d'une fonction de type FaceTime ne semble pas être encore bien rentrée dans les mœurs*).
- » Un tiers n'envisagent pas **travailler sur des outils bureautiques** ; conséquences des limites physiques de la tablette.
- » Lire un livre est une activité exclue par près d'un quart des répondants ; preuve que la tablette a dû mal à imposer le livre numérique.

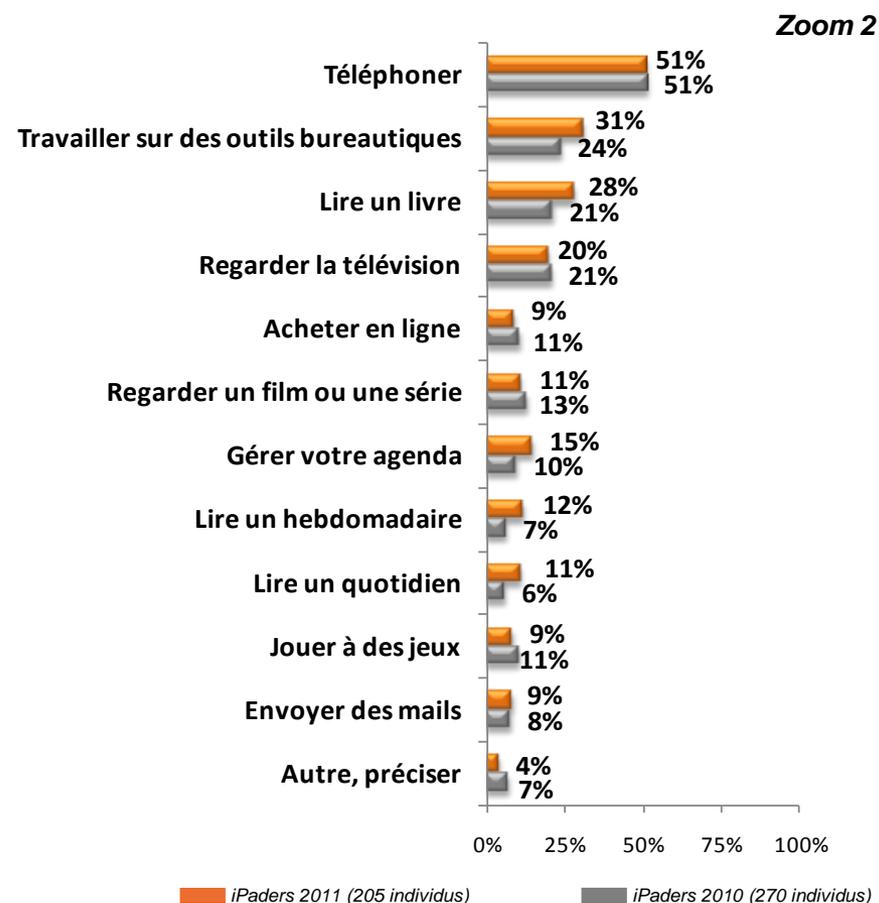
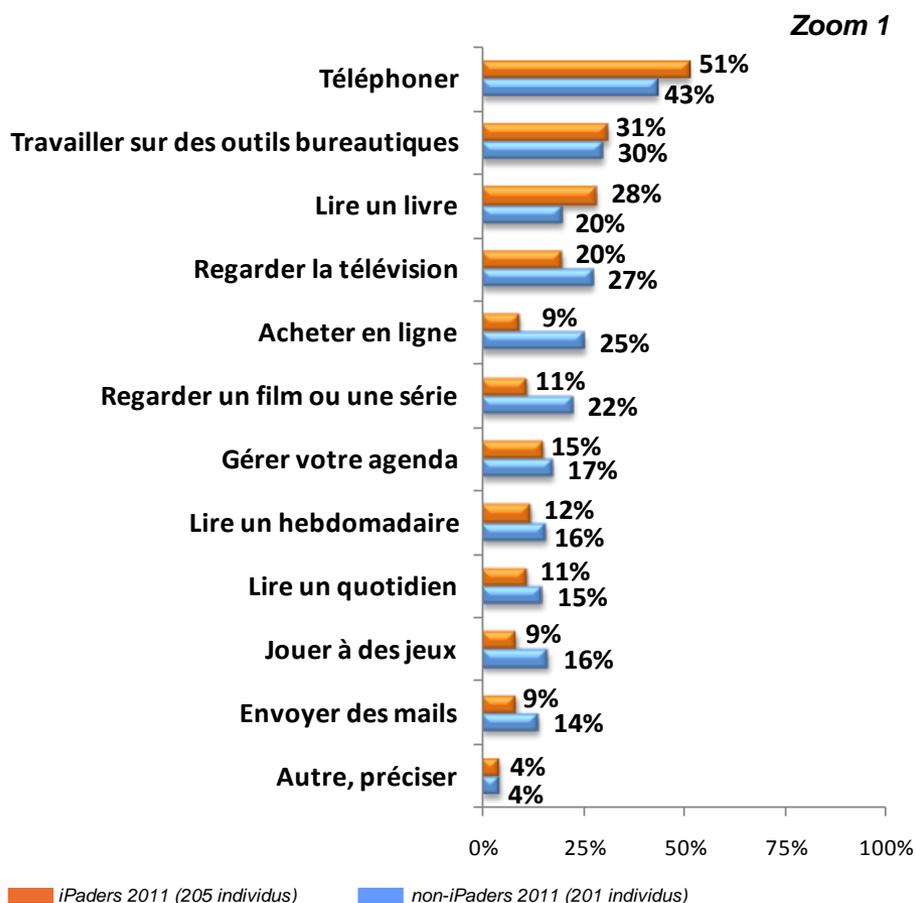
> Que n'envisageriez-vous pas de faire avec votre tablette ?



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Téléphoner s'envisage un peu plus facilement chez les non-iPaders.
- » En revanche, la consommation de vidéos semble moins évidente chez les possesseurs d'une tablette différente de l'iPad.

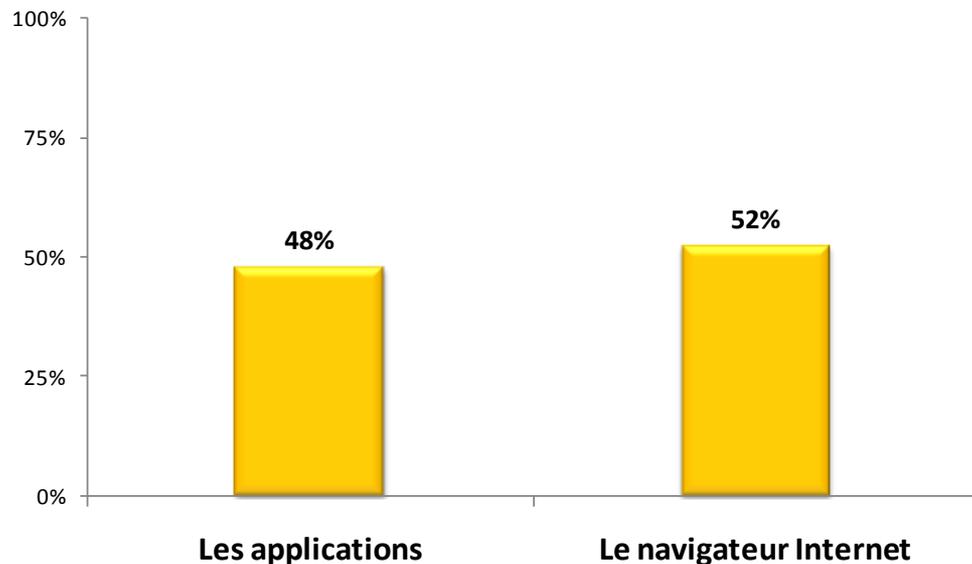
> Que n'envisageriez-vous pas de faire avec votre tablette ?



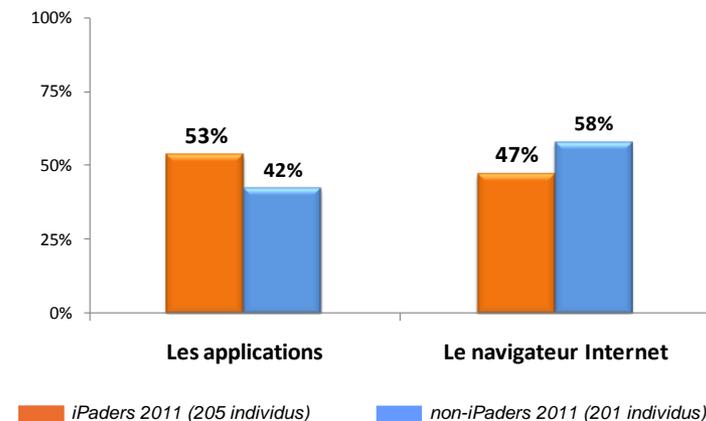
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Sur les tablettes, le surf sur Internet s'envisage autant à travers les applications qu'au travers du navigateur Internet.
- » Néanmoins, on utilise en tendance un peu plus les applications chez les iPaders : résultat certainement lié à une meilleure intégration des applications dans l'écosystème Apple.

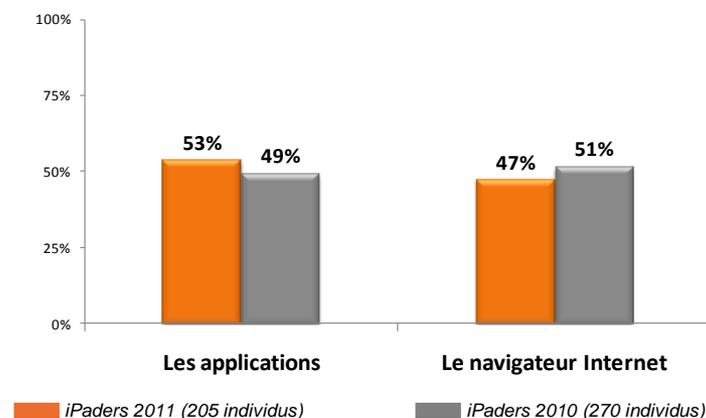
> *Vous personnellement, utilisez-vous plus souvent sur votre tablette :*



Zoom 1



Zoom 2





CONSOMMATION

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



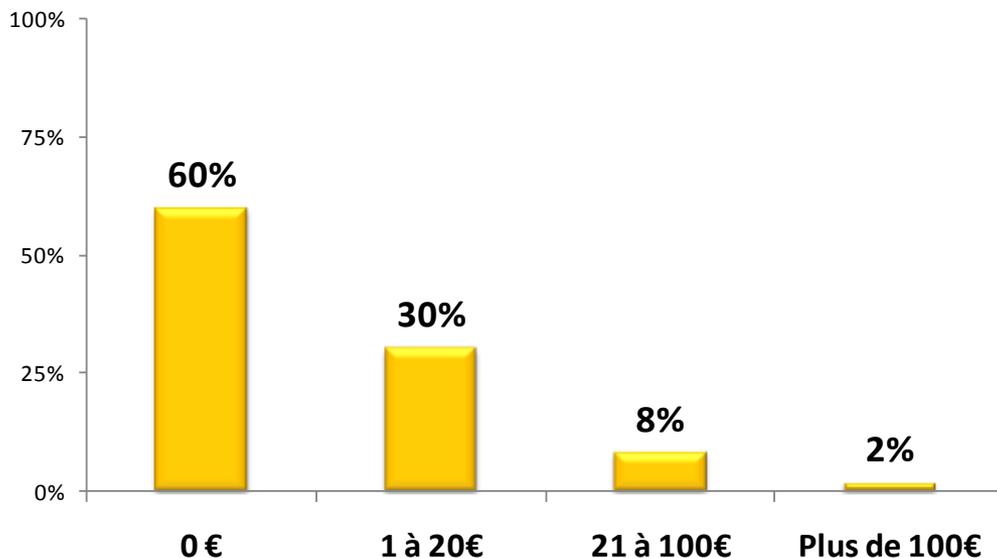
25 octobre 2011



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

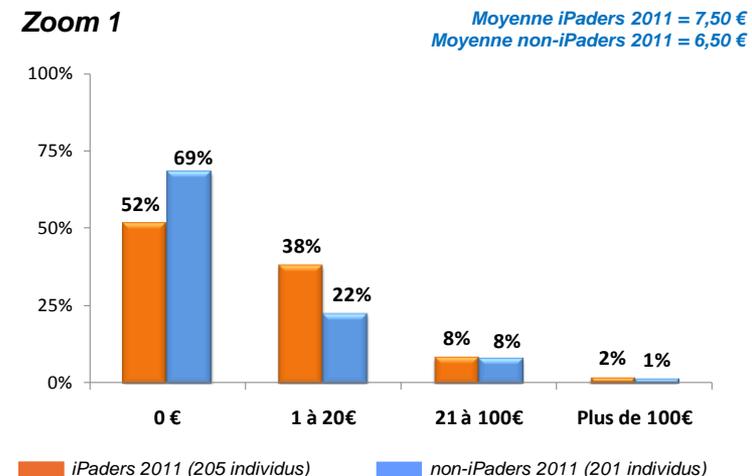
- » Les possesseurs de tablettes dépensent en moyenne 7€ par mois pour acquérir du contenu.
- » Les iPaders sont plus dépensiers que les autres – iTunes est une machine désormais très bien rôdée !

> Combien dépensez-vous approximativement par mois pour le téléchargement de contenu:



Dépense mensuelle moyenne pour le téléchargement de contenu = 7 €

Zoom 1



Zoom 2

Question posée différemment en 2010

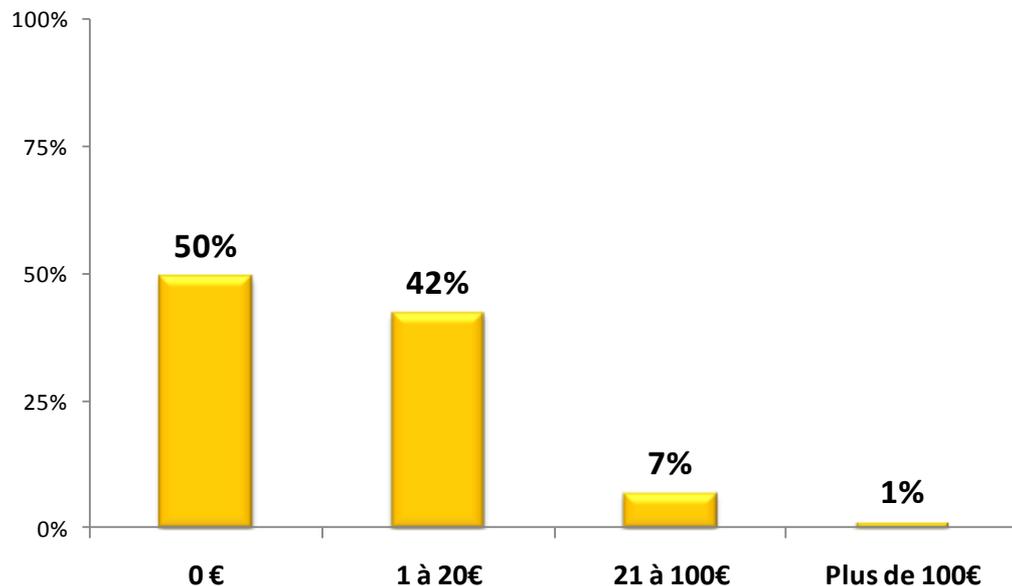
iPaders 2011 (205 individus)

iPaders 2010 (270 individus)

// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

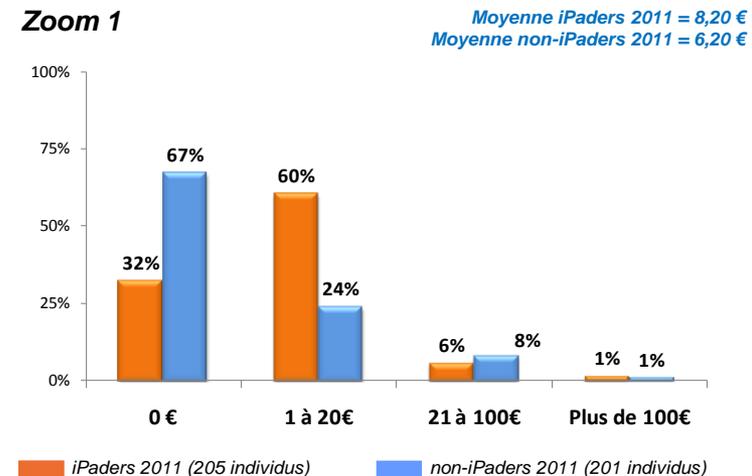
- » La somme mensuelle moyenne consacrée aux téléchargements d'applications est légèrement plus élevée que celle dédiée à l'acquisition de contenu ; ceci est très largement dû aux iPaders qui dépensent près de 8,20 € par mois en moyenne pour télécharger des applications contre 6,20 € chez les non-iPaders.
- » A l'instar d'iTunes, l'App Store est une plateforme de ventes très performante et incontestablement en avance sur ses concurrents.

> **Combien dépensez-vous approximativement par mois pour le téléchargement d'applications :**



Dépense mensuelle moyenne pour le téléchargement d'applications = 7,20 €

Zoom 1



Zoom 2

Question posée différemment en 2010

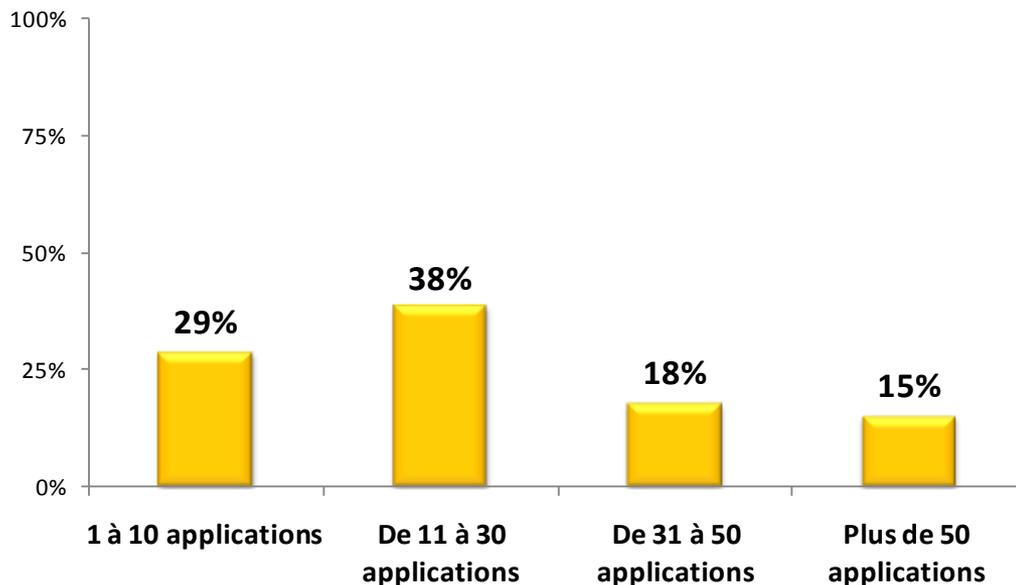
iPaders 2011 (205 individus)

iPaders 2010 (270 individus)

// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » En moyenne, 34 applications sont installées sur les tablettes.
- » Toutefois, là encore, les chiffres prouvent que le binôme iPad/App Store est plus performant que la concurrence car les iPaders ont eux en moyenne près de 44 applications installées sur leur tablette.

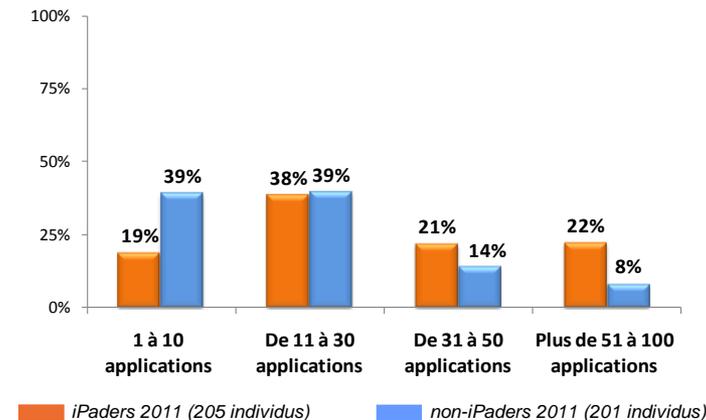
> **Combien y-a-t-il approximativement d'applications (gratuites ou payantes) installées sur votre tablette ?**



Nombre d'applications installées en moyenne = 34,2

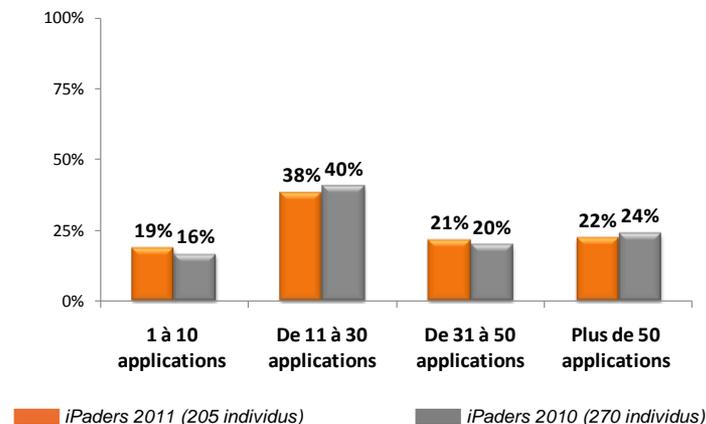
Zoom 1

Moyenne iPaders 2011 = 43,7
Moyenne non-iPaders 2011 = 24,9



Zoom 2

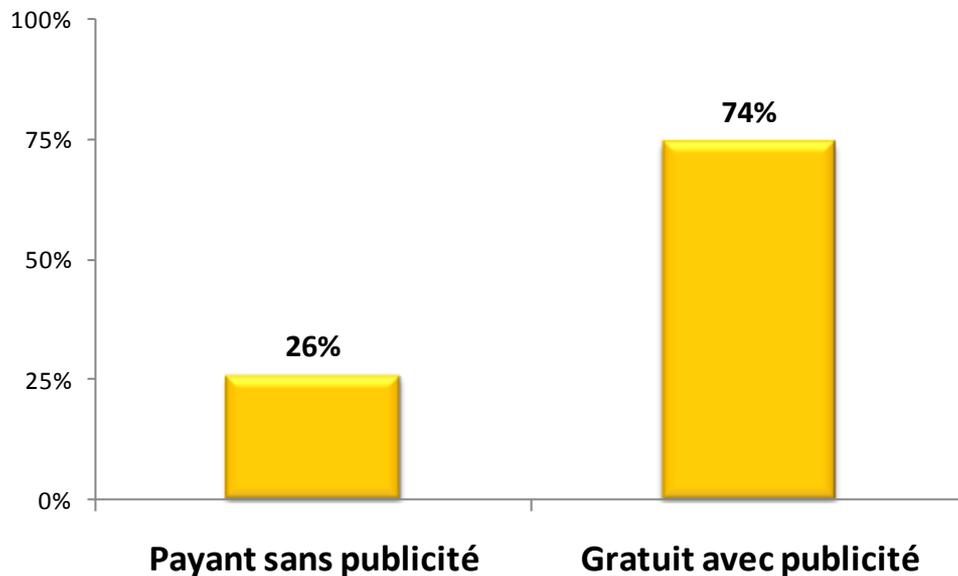
Moyenne iPaders 2011 = 43,7
Moyenne iPaders 2010 = 50,7



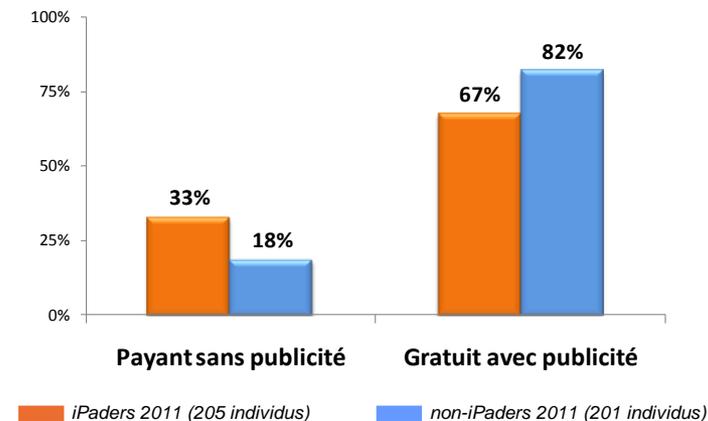
// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- » Près de trois quarts des répondants préfèrent avoir accès à un contenu / une application gratuite contenant de la publicité plutôt qu'à une version payante sans publicité.
- » Les iPaders sont davantage disposés à se tourner vers l'option payante.

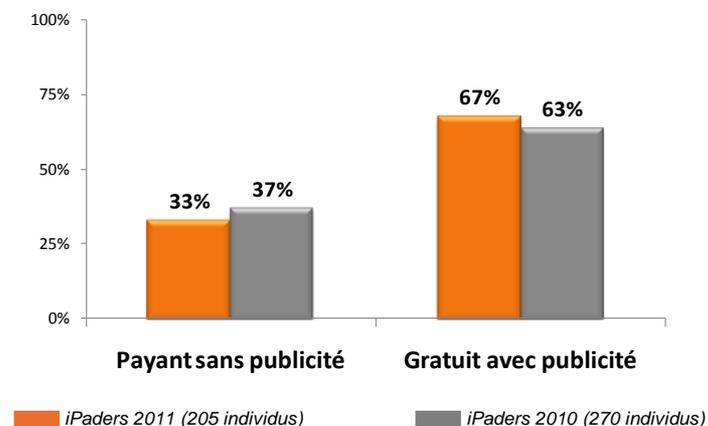
> Si vous aviez le choix, préféreriez-vous un(e) contenu / application:



Zoom 1



Zoom 2





METHODOLOGIE DE L'ETUDE

/ RÉSULTATS COMPLETS DE L'ÉTUDE



25 octobre 2011



// USAGE DES TABLETTES DANS LES FOYERS FRANÇAIS

- Enquête menée du 23 août au 23 septembre 2011 par OTO Research, l'institut d'études du groupe FullSIX, auprès de 406 possesseurs français de tablettes numériques (205 iPaders / 201 non-iPaders).

- Trois sources de répondants :
 - Via Panel ONE (le panel propriétaire d'OTO Research)
 - Facebook
 - Google

- Les réponses recueillies sur **Panel ONE** provenaient :
 - De panélistes ayant reçu un email les invitant à participer à l'enquête.
- Sur **Facebook**, elles provenaient :
 - Soit d'individus ayant cliqué sur une bannière les invitant à participer à l'enquête
 - Soit des membres de pages-fan de tablettes (e.g. iPad, Android, etc.)
- Sur **Google**, elles provenaient :
 - D'individus ayant cliqué sur une bannière les invitant à participer à l'enquête

OTO Research

L'institut d'études du groupe FullSIX



// OTO Research, l'institut d'études du groupe FullSIX

- Des **solutions pensées spécifiquement** pour répondre aux nouveaux besoins du marketing et de la communication.
- Une **intégration unique de compétences** : des consultants experts des études de marché (quantitatives et qualitatives), du datamining et de l'e-réputation.
- Une couverture **internationale et multisectorielle**.



Connaitre les clients et leurs nouveaux comportements de consommation

- Cerner le poids des canaux online / offline dans le processus d'achat
- Identifier les ambassadeurs de la marque
- Comprendre les likers sur Facebook
- Connaitre les utilisateurs des applications mobiles

Pré-tester et optimiser les décisions stratégiques online / offline

- Choisir entre plusieurs concepts ou communications
- Relancer le site Internet, choisir entre plusieurs pistes créatives
- Lancer/relancer la page Facebook
- Développer des applications mobiles

Mesurer le R.O.I. des actions mises en place et la satisfaction client

- Mesurer l'efficacité des vos campagnes online/offline
- Evaluer les performances du site Internet et des applications mobiles
- Mesurer la satisfaction client

PRÉ-TEST DE VOS APPLICATIONS MOBILE/TABLETTE

- **Objectif** : maximiser votre stratégie mobile/tablette avant lancement en s'assurant de :
 - La compréhension et la **fluidité** de navigation
 - L'**ergonomie** : prise en main simple ? intuitive ?
 - L'**offre** : fonctions / rubriques qui manquent ?
 - La **complémentarité** entre mobile/tablette et Web
 - La **réassurance** vs les freins classiques au paiement sur mobile/tablette : sécurité, coupure de la connexion etc
- **Principe** : tests utilisateurs individuels (étude qualitative)
 - **Entretien individuel de 45 minutes**
 - **Auprès de 8** futurs utilisateurs de votre application
 - Découverte des maquettes par le participant sur **son propre mobile/sa propre tablette**
 - Réalisation de "**missions**" (achat d'un produit, utilisation d'une fonctionnalité...)
 - Comparaison avec d'éventuelles **applications concurrentes**.

Test d'une nouvelle application bancaire



- ✓ **Tests réalisés à partir de prototypes ou de versions finalisées**
- ✓ **Premiers retours sous 48h**
- ✓ **Recommandations opérationnelles à J+7**

PRÉ-TEST DE VOS APPLICATIONS MOBILE/TABLETTE

Extraits de livrables

■ Avantages :

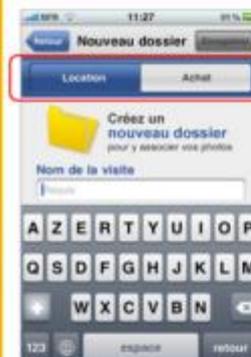
- ➔ Permet de **minimiser les risques** avant lancement et d'identifier les besoins non couverts /opportunités de développement
- ➔ Livrables opérationnels identifiant clairement les points de **blocage** ou d'agrément.
- ➔ Recueille les **réactions spontanées** de votre cible en situation d'utilisation proche de la réalité (leur mobile/tablette).

■ Etude disponible sur tout support :

- ➔ iPhone, iPad, Galaxy, BlackBerry, tout Smartphone & Tablette
- ➔ Tous types d'application / de sites

Création d'un nouveau dossier

Impressions et compréhension générale



- ⓐ L'étape de création d'un nouveau dossier présente un **défaut majeur** : la sélection **Location / Achat**.
- ⓑ Ces deux touches passent souvent inaperçues. Les utilisateurs sont tentés de s'intéresser tout de suite au premier champ à renseigner (nom de la visite) et de poursuivre le processus. **Désagrément en perspective** : si l'utilisateur n'a pas bien classé son dossier au moment de la création, il ne pourra pas modifier son classement ultérieurement.
- ⓒ Par ailleurs, même si l'utilisateur s'attarde sur ces touches, il n'est **pas évident** pour lui de **savoir laquelle est sélectionnée**. En effet, les deux couleurs employées ressortent énormément et la sélection pourrait autant reposer sur la touche bleue que sur la blanche.

► Pistes d'optimisation :

- Meux séparer les étapes **location / achat** et **nom de la visite**.
- Meux disposer touche sélectionnée et touche non-sélectionnée.

Pages étiquetage manuel + tutoriel (1/2)

Impressions et compréhension générale



- ✓ La possibilité de **catégoriser ses dépenses** apparaît comme un **outil intéressant** pour les participants.
 - ✓ « Catégories, c'est utile / On peut voir où on doit réduire nos dépenses »
- ✓ Les participants comprennent sans difficulté la **catégorisation manuelle** qu'ils considèrent comme **simple et ludique**, les logos contribuant à renforcer cette impression.
 - ✓ « C'est rigolo, sympathique ! »
- ⓐ Pour plusieurs participants, **certaines postes apparaissent comme redondants** et gagneraient à être **regroupés en grandes catégories**, quitte à les détailler en sous-catégories dans un second temps.
 - ⓐ Charges, c'est plus global, toutes ces catégories sont des charges, si j'en retire une, ça sert à Charges »
 - ⓐ Moi shopping je le mettrais dans loisirs »
- ⓑ Par ailleurs, le souhait de **pouvoir « personnaliser ses catégories et ses couleurs »** est clairement exprimé.
 - ⓐ J'aimerais pouvoir créer mes propres catégories / j'aimerais personnaliser ! »
 - ⓐ On doit pouvoir gérer soi-même, apporter sa touche perso »

// POUR PLUS D'INFORMATIONS

- Anne Browaeys

DG Groupe FullSIX

anne@fullsix.com,

01 49 68 73 22

- Anne-France Allali

DG OTO Research

allali@otoresearch.com,

01 49 68 74 52 et 06 20 75 90 64