



Communiqué de presse

## **Canon et BVA analysent, au travers d'une enquête récente, l'évolution des comportements d'impression des salariés**

**Courbevoie, le 21 octobre 2009**

Canon, leader mondial sur les marchés de l'acquisition, du traitement d'images et des systèmes d'impression et solutions de gestion du document, et l'Institut d'Etudes de Marché & d'Opinion BVA, ont mené une étude sur les comportements des salariés en matière d'impression. Cette étude a été réalisée par téléphone auprès d'un échantillon représentatif des salariés français (988 salariés) du 2 au 10 octobre 2009.

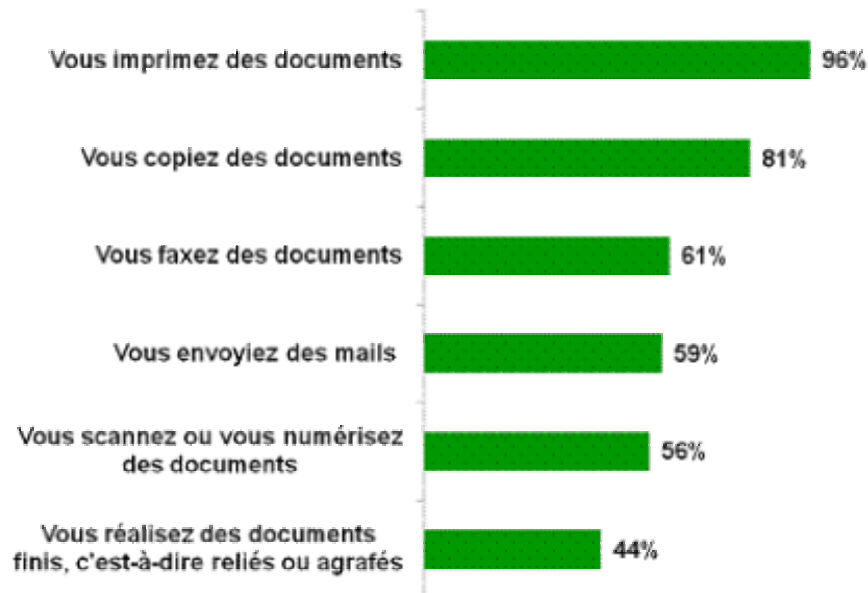
### **Les points clés de l'étude :**

- **Près de 7 salariés sur 10 utilisent une imprimante ou un copieur multifonctions.**
- **63% d'entre eux déclarent avoir au moins 4 usages différents du matériel qui est à leur disposition.**
- **57 % ignorent les coûts d'impression.**
- **80% des salariés déclarent que leur entreprise les encourage à faire évoluer leurs comportements.**
- **Près de 7 salariés sur 10 dont l'entreprise encourage à moins imprimer déclarent avoir réduit leur volume d'impression.**

**L'imprimante ou copieur multifonction est un outil largement utilisé, au-delà de la simple impression ou copie.**

- **Près de 7 salariés sur 10 utilisent une imprimante ou un copieur multifonctions**

Les cadres supérieurs déclarent plus souvent que les ouvriers utiliser ces outils (92% des premiers contre 42% des seconds).



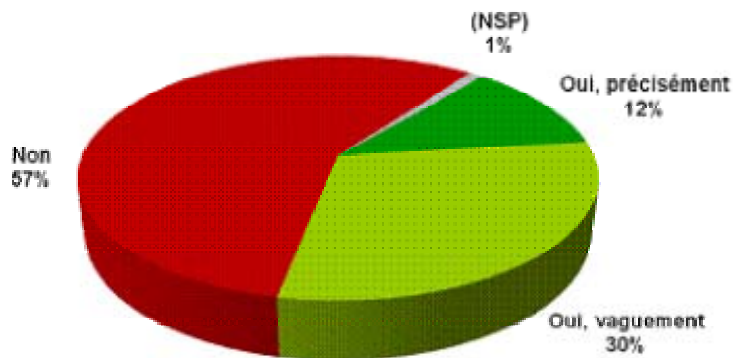
Dans 9 cas sur 10, ces salariés utilisent ces outils pour des usages autres que de la simple impression ou copie de documents. Les envois de fax (61%) ou de mails (59%), concernent près de 6 de ces salariés sur 10.

- **63%** d'entre eux déclarent même avoir au moins **4 usages différents** du matériel qui est à leur disposition.
- **43% des salariés déclarent utiliser ces outils à des fins personnelles.** Cela est plus souvent le cas des cadres supérieurs (50% d'entre eux) que des ouvriers (38% d'entre eux).

**Le coût des impressions réalisées reste très largement méconnu.**

- **57% des salariés disent ne pas connaître le coût d'impression**

Le coût des impressions est souvent ignoré dans les entreprises, en particulier dans les catégories sociales les moins élevées.



- **Les cadres supérieurs déclarent plus souvent connaître le coût des impressions réalisées que les ouvriers (59% des premiers contre 28% des seconds).**

### **Certaines entreprises encouragent largement l'évolution des comportements...**

- **En moyenne, 80% des salariés déclarent que leur entreprise les encourage à faire évoluer leurs comportements**, notamment en les incitant à envoyer leurs documents au format électronique plutôt que par courrier (74%), à imprimer en noir et blanc plutôt qu'en couleur (71%) et en les incitant à moins imprimer (66%).

- **Ces incitations sont davantage répandues dans les grandes entreprises que dans les petites entreprises.** 88% des salariés travaillant dans une entreprise comptant plus de 1000 salariés déclarent avoir été sollicité pour faire évoluer leurs comportements contre 73% de ceux travaillant dans une entreprise comptant moins de 10 salariés.

... avec une certaine efficacité auprès des salariés.

Une majorité des salariés (56%) disent avoir réduit leur volume d'impression. Les entreprises semblent avoir joué un rôle dans l'évolution de ces comportements : **près de 7 salariés sur 10 dont l'entreprise encourage à moins imprimer déclarent avoir effectivement réduit leur volume d'impression.**



### De vrais problèmes de confidentialité

- Il arrive à près de 20% des salariés interrogés de trouver des **documents confidentiels** qui ne leur sont pas destinés sur les imprimantes auxquelles ils ont accès au sein de leur environnement professionnel.

## A propos de Canon :

La marque Canon est présente sur ces différents marchés à travers 3 activités :

**Canon Business Solutions (CBS)** : elle comprend une large gamme de systèmes d'impression et de solutions de gestion du document destinée aux entreprises et aux professionnels de l'impression: systèmes et solutions logicielles, imprimantes et systèmes d'impression noir et blanc et couleur, multifonctions, télécopieurs, imprimantes grands formats, imprimantes à cartes, et scanners de production.

**Canon Consumer & Imaging (CCI)** : elle intègre une très large gamme de produits d'utilisation individuelle : appareils photo, caméras de visioconférence et de surveillance, caméras web, caméscopes, copieurs personnels, imprimantes jet d'encre, imprimantes laser, imprimantes multifonctions, télécopieurs, jumelles, scanners, projecteurs multimédia et calculatrices.

**Canon Industrial Product (IP)** : elle englobe les produits destinés au monde de la vidéo professionnelle, du Broadcast et du cinéma : objectifs et caméscopes Haute Définition, caméras multimédias, systèmes de transmission laser.

Vous pouvez obtenir plus d'information sur Canon Europe et Canon France sur les sites suivants :

[www.canon.fr](http://www.canon.fr)

[www.canon-europe.com](http://www.canon-europe.com)