



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.

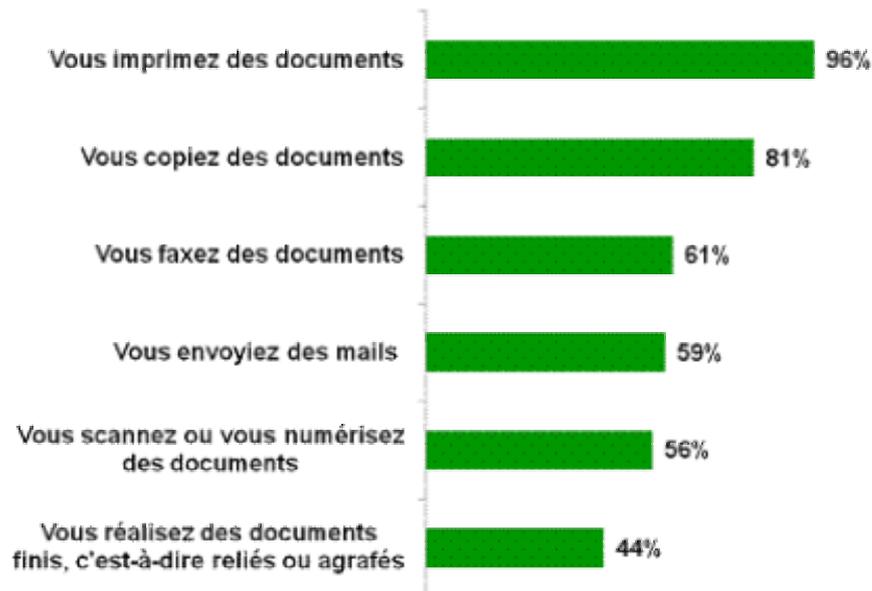
Les points clés de l'étude :

- **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).



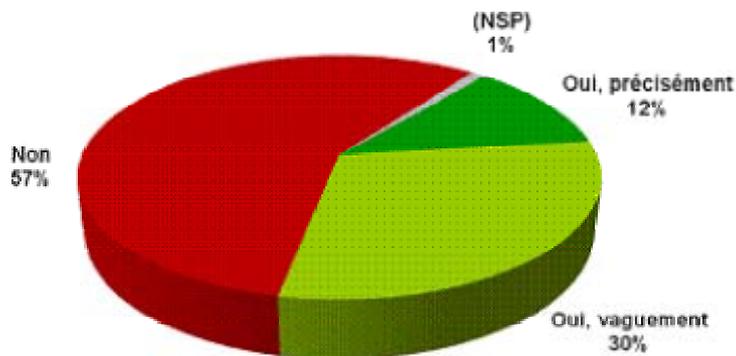
Dans 9 cas sur 10, ces salariés utilisent ces outils pour des usages autres que de la simple impression ou copie de documents. Les envois de fax (61%) ou de mails (59%), concernent près de 6 de ces salariés sur 10.

- **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

www.canon-europe.com