

Communiqué de Presse

#ObjetsPerdus #Consommation #marketing #baromètre

À la recherche des objets perdus Baromètre Ipsos – Indice Wistiki

A Paris, le 29 novembre 2016 – Qui n'a pas déjà perdu du temps à chercher ses clés de voiture, le doudou ou la tétine du petit dernier ou encore le dossier important sur lequel il/elle travaillait ? La quête du graal perdu concerne en effet 9 Français sur 10 aujourd'hui. Qui sont les plus tête-en-l'air ? Quels sont les objets les plus régulièrement égarés ? Wistiki, spécialiste de l'accessoire connecté pour retrouver ses affaires depuis son smartphone, et Ipsos, ont mené l'enquête pour la deuxième année consécutive et vous restitue ici les résultats de son baromètre « A la recherche des objets perdus ».

LA JEUNE GÉNÉRATION PERD PLUS SOUVENT LA TÊTE

[En 2015 déjà](#), les moins de 35 ans étaient plus tête en l'air que leurs aînés. Cette tendance s'accroît et s'affirme même en 2016 avec près de 4 objets recherchés en moyenne pour les moins de 35 ans (vs. 3,7 pour l'ensemble des Français).

Le triptyque clés, téléphone, et vêtements forment le podium des objets les plus recherchés par tous :

- 65% des Français avouent avoir déjà égaré leur clé. Une info qui devrait ravir les serruriers de France (d'ailleurs, 10% des Français y ont déjà eu recours en 2016 vs. 7% en 2015 !)
- 59% leur téléphone.
- Et 41% leurs gants, bonnet ou encore écharpe

Ils perdent également davantage leur télécommande (38%) et leurs sacs et portefeuilles ainsi que leur carte d'identité (22%).

Il arrive aussi qu'on égare malencontreusement son animal de compagnie ! 11% des Français avouent ainsi avoir déjà recherché leur chat et 3% leur chien !

STRESS ET RETARDS AU RDV

Ces pertes ont des conséquences non négligeables sur le quotidien des Français. Clés égarées, téléphone oublié, doudou abandonné... génèrent toujours autant de stress : 58% des Français se disent ainsi « stressés » par la recherche des objets égarés vs 53% en 2015. L'indice Wistiki, qui mesure l'étourderie des français, est en croissance par rapport à l'année dernière. La tendance à l'anxiété est d'ailleurs plus marquée chez les femmes et les moins de 35 ans qui déclarent respectivement être 62% et 63% à s'angoisser en cas de perte d'un objet.

Communiqué de Presse

Le stress n'est pas la seule conséquence. Chercher ses affaires amène inéluctablement à avoir du retard surtout au travail pour 35% de Français interrogés. Les RDV amoureux sont également impactés mais dans une moindre mesure (8%).

DES SOLUTIONS ?

Mener l'enquête au comptoir des 'Objets Trouvés', racheter le bien perdu, etc. pour 67% des Français pouvoir « faire sonner » l'objet égaré serait une alternative à ces solutions.

Enquête online menée du 07 au 10 octobre 2016 auprès de 1000 Français âgés de 16 à 75 ans.

À propos de Wistiki

Wistiki est une société créée en 2014 par les Frères Lussato. Depuis 3 ans, ils conçoivent des trackers Bluetooth low energy 100% "Made in France" permettant de retrouver toutes les affaires du quotidien en les faisant sonner et les localisant sur une map. Avec le Wist-back, il est aussi possible de faire sonner son téléphone même en mode silencieux. Avec une gamme créée par le grand Designer Philippe Starck, ils viennent de sortir le Voilà!, le porte-clés connecté de la gamme "By Starck" disponible en 4 couleurs (rose, orange, jaune, violet).

À propos d'Ipsos

Leader des études en France et expert du comportement des consommateurs, des citoyens et des salariés, Ipsos intervient dans tous les secteurs d'activités. Nos experts accompagnent annonceurs, décideurs et institutions dans leurs stratégies marketing, leurs problématiques RH, leur positionnement de communication et leurs enjeux d'opinion depuis 1975.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation. Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques. Nous sommes Game Changers.

Toute l'actualité Ipsos :

