

Sommaire :

Introduction	5
Synthèse	9
Question 4/25	14
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté (et offert) des jeux de loisirs créatifs pour des enfants ?	14
Question 5/25	16
Seriez-vous susceptible d'acheter prochainement (et d'offrir) des jeux de loisirs créatifs pour des enfants ?	16
Question 6/25	18
Ces jeux de loisirs créatifs étaient destinés à :	18
Question 7/25	20
En moyenne, à quelle fréquence achetez-vous des jeux de loisirs créatifs pour des enfants ?	20
Question 8/25	22
Généralement, où achetez-vous ce type de jeux créatifs ?	22
Question 9/25	24
Plus particulièrement, sur l'ensemble de vos achats de jeux créatifs des 12 derniers mois, quelle est la part (en %) des achats réalisés sur Internet ?	24
Question 10/25	26
Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas acheté de jeux créatifs sur Internet ?	26
Question 11/25	27
En règle générale, à quel(s) moment(s) de la semaine êtes-vous susceptible de vous rendre dans le centre-ville de l'agglomération la plus proche pour faire les magasins (faire du shopping) ?	27
Question 12/25	30
La marque du jeu est connue (vue à la TV, dans les catalogues...) :	30
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .30	
Question 12/25	32
La marque du jeu est française :	32
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .32	
Question 12/25	34
Le jeu a l'air de bonne qualité (robustesse, finitions...) :	34
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .34	
Question 12/25	36
Le concept/principe du jeu est original :	36
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .36	
Question 12/25	38
Le prix du jeu est raisonnable :	38
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .38	

Question 12/25.....	40
Le jeu est actuellement en promotion :	40
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .	40
Question 12/25.....	42
Le packaging du jeu est attrayant :	42
Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères liés au produit lui-même : .	42
Question 13/25.....	44
J'aurais aimé avoir ce jeu lorsque j'étais enfant :	44
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	44
Question 13/25.....	46
Le jeu fait fonction d'apprentissage (apprendre à dessiner, à coudre, à faire la cuisine...) : .	46
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	46
Question 13/25.....	48
Le jeu est lié à une activité « d'adultes » (couture, cuisine...) :	48
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	48
Question 13/25.....	50
Le jeu est « à la mode » (beaucoup d'enfants l'ont ou le veulent) :	50
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	50
Question 13/25.....	52
Le jeu est sur la liste de l'enfant (liste d'anniversaire, de Noël...) :	52
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	52
Question 13/25.....	54
Le jeu m'a été conseillé par un proche :	54
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	54
Question 13/25.....	56
Le jeu m'a été conseillé par un vendeur :	56
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	56
Question 13/25.....	58
Le jeu a des commentaires positifs sur Internet :	58
Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ? Les critères annexes au produit :.....	58
Question 14/25.....	60
S'il y a d'autres critères qui déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix, veuillez les indiquer ci-dessous svp :.....	60
Question 15/25.....	61
A quelle(s) occasion(s) avez-vous acheté (ou pourriez-vous acheter) des jeux créatifs pour des enfants ?.....	61
Question 16/25.....	64
A l'un de vos enfants ?	64
Quel prix maximum êtes-vous (ou seriez-vous) prêt(e) à payer pour l'achat d'un jeu créatif destiné... ..	64

Question 16/25.....	67
A l'enfant d'un de vos proches ?.....	67
Quel prix maximum êtes-vous (ou seriez-vous) prêt(e) à payer pour l'achat d'un jeu créatif destiné.....	67
Question 17/25.....	70
Si ce nouveau magasin spécialisé s'implantait près de chez-vous, seriez-vous susceptible de vous y rendre pour y faire des achats ?	70
Question 18/25.....	72
Si ce magasin spécialisé proposait également des ateliers « découvertes » de loisirs créatifs pour les enfants (ateliers pratiques payants, d'une durée d'1 heure), seriez-vous susceptible d'y amener votre/vos enfant(s) ?	72
Question 19/25.....	74
Plus précisément, parmi les types d'ateliers créatifs ci-dessous, lesquels vous intéresseraient pour votre/vos enfant(s) ?	74
Question 20/25.....	75
S'il y a d'autres types d'ateliers qui pourraient vous intéresser pour votre/vos enfant(s), veuillez les indiquer ci-dessous svp :	75
Question 21/25.....	76
A priori, à quel(s) moment(s) de la semaine seriez-vous susceptible d'amener votre/vos enfant(s) à ce type d'ateliers ?	76
Question 22/25.....	79
Quel prix maximum seriez-vous prêt(e) à payer pour l'atelier de votre choix ?	79
Question 23/25.....	81
Si tous les ateliers étaient à ce prix, à quelle fréquence moyenne pourriez-vous y amener votre/vos enfant(s) ?	81
Question 24/25.....	84
Globalement, qu'attendriez-vous de ces ateliers créatifs pour enfants ?	84
Question 25/25.....	85
Enfin, si vous avez des remarques, suggestions et/ou idées à soumettre au créateur de ce nouveau magasin spécialisé, veuillez les indiquer ci-dessous svp :	85
Quel est votre sexe ?.....	86
Quel est votre âge ?	87
Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?	88
Quel est votre code postal de résidence ?	89
Annexe.....	90
Méthodologie de Calcul du Khi ²	90

Introduction

Objectifs de l'étude

Etude de marché menée auprès de parents d'enfants dans le cadre de la **création d'un magasin de loisirs créatifs**. Cette étude a pour principaux objectifs de :

- Connaître les habitudes d'achat des parents concernant les loisirs créatifs ;
- Déterminer les principaux critères d'achat pour un jeu créatif ;
- Evaluer l'intérêt des parents pour ce nouveau magasin spécialisé ;
- Déterminer les attentes des clients potentiels de ce magasin ;
- Connaître les plus fortes périodes de fréquentation du magasin.

Méthodologie

Le questionnaire a été auto-administré en ligne (sur Internet), sous le nom « **Nouveau magasin spécialisé près de chez vous** », via les sites :

- Pipeul (www.pipeul.com),
- AvisPanel (www.avispanel.com).

L'échantillon est composé de **1604 interviewés** :

- hommes (17%) et femmes (83%) ;
- âgés de 20 à 55 ans ;
- ayant au moins un enfant (de 0 à 14 ans) ;
- résidant en France métropolitaine.

L'administration du questionnaire a été effectuée en **Juin 2014**.

Les trois premières questions de l'enquête avaient pour but de filtrer du questionnaire les répondants ne correspondant pas au profil recherché pour cette étude. Les questions « filtres » (**Question 1** en **PAGE 1**, **Question 2** et **Question 3** en **PAGE 2**) étaient les suivantes :

Avez-vous un ou plusieurs enfant(s) mineur(s) (de moins de 18 ans) ?

Objectif : filtrer du questionnaire les répondants n'ayant pas d'enfant mineur (de moins de 18 ans).

Présentation Effectif global

Tous les interviewés (« Bons Profils » + filtrés) ont vu cette première question. Seuls les interviewés « Bons Profils » apparaissent dans les réponses.

	Effectifs	Fréquence
Oui	1604	100%
Non	0	0%
TOTAL	1604	100%

Combien d'enfant(s) mineur(s) avez-vous ?

Objectif : connaître la taille de la famille du répondant.

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
1 enfant	558	35%
2	730	46%
3	242	15%
4	62	4%
5 enfants ou plus	12	1%
TOTAL	1604	100%

Dans quelle(s) tranche(s) d'âge se situe(nt) cet/ces enfant(s) ?

(Plusieurs réponses possibles)

Objectif : filtrer du questionnaire les répondants n'ayant pas d'enfant âgé de moins de 14 ans.

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Moins de 3 ans	532	33%
Entre 3 et 6 ans	689	43%
Entre 7 et 10 ans	639	40%
Entre 11 et 14 ans	598	37%
Entre 15 et 17 ans	244	15%
TOTAL	1604	> 100%*

* Question à choix multiples : 1 même interviewé pouvait cocher plusieurs réponses (1 même interviewé pouvant avoir plusieurs enfants dans des tranches d'âge différentes).

Reste (après la **Question 3**) : **1604** interviewés « Bons Profils » au total.

Rapport

Le rapport présente l'ensemble des résultats de l'étude à travers :

- **Les tris à plat** : ils présentent les effectifs et pourcentages sous la forme de tableaux et graphiques ;
- **Les tris croisés** : ils analysent les corrélations pouvant exister entre deux variables. Le test de contingence du χ^2 a pour objectif de vérifier l'existence de ce lien d'association. Il indique, de manière objective, si une telle relation observée «à l'œil» est le reflet d'une réalité ou du hasard. Il permet de déceler une association mais il ne donne ni le sens ni l'intensité de cette relation ;
- **La synthèse** : synthèse des résultats les plus pertinents.

Remarques

Pour des soucis de présentation des résultats, nous avons classé les catégories socioprofessionnelles selon les codes ci-dessous :

CSP+ : Agriculteur, Artisan, Commerçant, Chef d'entreprise, Profession Libérale, Cadre ou profession intellectuelle supérieure, Profession intermédiaire ;

CSP- : Employé, Ouvrier ;

Inactifs : Retraité, Demandeur d'emploi, Homme ou Femme au foyer, Etudiant/lycéen, Autre.

Synthèse

Cette étude a été réalisée dans le cadre de la création d'un magasin de loisirs/jeux créatifs pour enfants.

Pour la mener à bien, nous avons interrogé, via un questionnaire en ligne, un échantillon très majoritairement féminin composé de 1604 personnes âgées de 20 à 55 ans, ayant au moins un enfant (0-14 ans) et résidant en France métropolitaine.

L'objectif principal de cette étude était de déterminer l'intérêt des parents pour le projet de magasin. Nous avons synthétisé ci-dessous ce qui ressort de l'enquête.

L'achat de jeux de loisirs créatifs pour enfants

84% des répondants ayant au moins un enfant de moins de 14 ans ont acheté (et offert) des jeux de loisirs créatifs pour enfants au cours des 12 derniers mois. Les interviewés de 20 à 34 ans sont plus nombreux que les 40 ans et plus à avoir acheté et offert de tels jeux : 88% contre 78%.

Les acheteurs de loisirs créatifs

63% des interviewés ont acheté des jeux pour leurs enfants (uniquement), et 31% en ont acheté pour leurs enfants et pour d'autres enfants.

Concernant la fréquence d'achat des jeux de loisirs créatifs, 43% des parents en achètent 2 à 3 fois par an en moyenne, 38% tous les 2 ou 3 mois, et 12% tous les mois.

Si l'on s'intéresse aux réponses en fonction de l'âge, nous remarquons que plus il augmente, moins la fréquence d'achat est importante : 15% des 20 à 34 ans contre 10% des 40 ans et plus en achètent ainsi tous les mois.

Les principaux lieux d'achat pour ce type de jeux sont :

- Magasins de jouets (72% des interviewés achètent des jeux créatifs dans ce type de magasins) ;
- Hyper ou supermarchés (69%) ;
- Magasins spécialisés dans les loisirs créatifs (40%).

Nous pouvons observer que les hommes sont plus nombreux que les femmes à se rendre/acheter dans des magasins spécialisés de loisirs créatifs (43% vs. 39%), de même pour les 40 ans et plus par rapport aux 20-34 ans (45% vs. 33%).

Pour 29% des répondants achetant des jeux de loisirs créatifs sur Internet, les achats en ligne représentent entre 63 et 69% de leurs achats de jeux.

Les non acheteurs de loisirs créatifs

Parmi les personnes n'ayant pas acheté de jeux de loisirs créatifs pour enfants, 67% se disent certainement prêtes à le faire. Les parents âgés de 20 à 34 ans seraient 75% contre 68% des 35-39 ans et 62% des 40 ans et plus.

La fréquentation des centres-villes

Les moments de la semaine où les répondants sont le plus susceptibles de se rendre dans le centre-ville de l'agglomération la plus proche pour faire du shopping sont :

- Le samedi après-midi (60%) ;
- Le samedi matin (39%) ;
- En semaine, l'après-midi, entre 14h et 17h (37%).

Nous remarquons une différence des préférences horaires en fonction du sexe des répondants : en semaine, les femmes se rendent au centre-ville plutôt le matin (27% des femmes contre 14% des hommes), tandis que les hommes préfèrent faire les magasins le soir (40% des hommes contre 24% des femmes).

Les critères d'achat de jeux créatifs

Cible interrogée : Répondants achetant ou étant susceptibles d'acheter des jeux de loisirs créatifs pour enfants.

- **La marque du jeu est connue**

14% des répondants considèrent la notoriété de la marque d'un jeu comme un critère très déterminant dans leur achat, tandis que 43% le considèrent moyennement déterminant.

- **La marque du jeu est française**

63% des interviewés considèrent déterminant ou moyennement déterminant le fait que le jeu soit de de marque française. Nous observons que ce sont surtout les 40 ans et plus qui donnent de l'importance à ce critère : 25% des 40 ans et plus, contre 16% des 20 à 34 ans, le considèrent très déterminant.

- **Le jeu a l'air de bonne qualité**

La bonne qualité du produit est un aspect très déterminant pour 67% des répondants, et moyennement déterminant pour 27% d'entre eux.

- **Le concept/principe du jeu est original**

L'originalité du concept est également déterminante pour les répondants : 69% d'entre eux la perçoivent même comme une condition très déterminante.

- **Le prix du jeu est raisonnable**

Les résultats de l'étude montrent qu'un prix raisonnable est aussi une variable très importante pour l'achat de jeux créatifs : 74% des répondants considèrent le critère de prix comme étant très déterminant.

- **Le jeu est actuellement en promotion**

Plus de la moitié des interviewés (53%) affirme que les promotions représentent un autre critère très déterminant. Cette tendance est légèrement plus marquée chez les femmes que chez les hommes (56% des femmes vs. 41% des hommes). Idem lorsque l'on compare les réponses des Inactifs avec celles des CSP+ : 58% des Inactifs, contre 45% des CSP+, considèrent les promotions appliquées à un jeu comme étant un critère très déterminant pour l'achat de celui-ci.

- **Le packaging du jeu est attrayant**

Un packaging attrayant est très déterminant pour 21% des répondants. Les Inactifs et CSP- (22%) semblent plus sensibles à ce critère que les CSP+ (17%).

- **J'aurais aimé avoir ce jeu lorsque j'étais enfant**

Le « retour en enfance », et plus précisément le fait de s'imaginer soi-même avec le jeu durant son enfance, constitue une caractéristique très déterminante au moment de l'achat pour 22% des répondants, et moyennement déterminante pour 46% d'entre eux. Cette tendance est plus accentuée chez les femmes (23% des femmes contre 19% des hommes) et chez les plus jeunes (26% des 20 à 34 ans contre 19% des 40 ans et plus).

- **Le jeu fait fonction d'apprentissage**

La fonction d'apprentissage d'un jeu est perçue comme un critère très déterminant pour 58% des répondants, dont 64% des 20 à 34 ans et 56% des 40 ans et plus.

- **Le jeu est lié à une activité « d'adultes »**

Une liaison entre le jeu et une activité « d'adulte » est considérée comme moyennement déterminante par 43% des personnes interrogées, et très déterminante par 19%. Les Inactifs sont plus nombreux à accorder de l'importance à ce critère par rapport aux CSP+ notamment (22% vs. 14%).

- **Le jeu est « à la mode »**

Un jeu considéré comme étant « à la mode » a plus de chances d'être acheté par des femmes et par des personnes de 40 ans et plus : 22% des femmes contre 15% des hommes, et 26% des 40 ans et plus contre 15% des 20 à 34 ans, considèrent ce critère comme étant un facteur très déterminant au moment de l'achat.

- **Le jeu est sur la liste de l'enfant**

Le fait que le jeu soit présent sur la liste de l'enfant est très déterminant pour 54% des personnes interrogées, et moyennement déterminant pour 35%. Les femmes prêtent plus d'attention que les hommes à cet aspect : 56% d'entre elles contre 46% des hommes affirment ainsi que ce critère est très déterminant.

- Le jeu m'a été conseillé par un proche
- Le jeu m'a été conseillé par un vendeur

Les conseils venant de la part des proches semblent avoir plus de poids que ceux des vendeurs dans l'achat de jeux créatifs pour enfants. Les conseils des proches sont très déterminants pour 26% des répondants, tandis que les conseils des vendeurs ont le même effet sur « seulement » 10% des répondants.

- Le jeu a des commentaires positifs sur Internet

Les commentaires positifs sur Internet peuvent sensibiliser 67% des répondants : 20% d'entre eux les considèrent très déterminants, et 47% d'entre eux moyennement déterminants.

Les occasions d'achat

Les occasions au cours desquelles les répondants achètent ou achèteraient des jeux créatifs pour enfants sont (par ordre d'importance) :

- Les anniversaires (83% des interviewés achètent ou achèteraient des jeux créatifs à l'occasion d'un anniversaire) ;
- Noël (75%) ;
- Les vacances scolaires d'été (47%) ;
- D'autres moments, sans occasion particulière (44%).

Le prix consacré

46% des répondants seraient prêts à payer entre 15 et 29 euros pour un jeu créatif destiné à leur enfant, et 27% paieraient même entre 30 et 44 euros. Lorsqu'il s'agit de l'achat d'un jeu créatif pour l'enfant d'un proche, les interviewés semblent moins dépensiers : 33% d'entre eux auraient un budget inférieur à 15 euros pour un tel achat, et 10% d'entre eux auraient un budget situé entre 30 et 44 euros.

Le projet

Après présentation du projet de magasin, 99% des répondants déclarent qu'ils se rendraient certainement ou sous condition dans ce nouvel établissement spécialisé dans les loisirs créatifs pour enfants.

Les ateliers « découvertes »

Si cet établissement proposait également des ateliers « découvertes » de loisirs créatifs pour les enfants, 69% des interviewés y inscriraient certainement leurs enfants, et 21% les inscriraient à cette activité annexe sous certaines conditions.

Voici le classement des types d'ateliers proposés, par ordre de préférence des répondants :

1. Dessin, peinture ;
2. Décoration d'objets ;
3. Modelage, sculpture, mosaïque ;
4. Cuisine créative.

Les moments de la semaine / de l'année auxquels les répondants seraient le plus susceptibles d'amener leurs enfants à ces ateliers seraient :

- Pendant les vacances scolaires (73%) ;
- Le mercredi après-midi (64%) ;
- Le samedi après-midi (63%) ;
- Le samedi matin (45%).

Plus de la moitié des répondants (59%) serait prête à payer 10 euros ou plus pour un atelier de loisirs créatifs (d'1 heure) au choix, tandis que 34% paieraient entre 5 et 9 euros pour une telle prestation.

Les CSP+ semblent moins sensibles aux prix que les Inactifs : 64% des CSP+ contre 50% des Inactifs seraient ainsi prêts à payer 10 euros ou plus pour un tel atelier.

Enfin, 28% des répondants amèneraient leur enfant à un atelier créatif 1 fois par semaine en moyenne. 26% d'entre eux 2 à 3 fois par mois, et 25% une fois par mois.

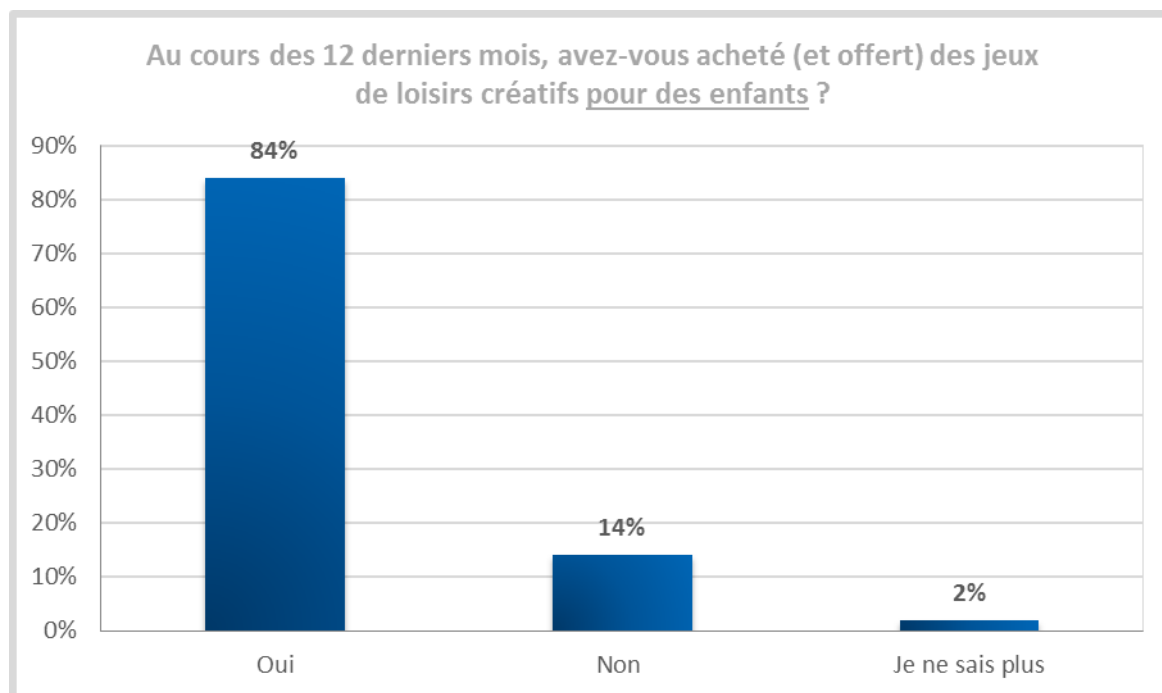
Question 4/25

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté (et offert) des jeux de loisirs créatifs pour des enfants ?

Exemples : Jeux de dessin, peinture, découpage, mosaïque, modelage, modélisme, tissage/couture, création de bijoux, cuisine...

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Oui	1341	84%
Non	232	14%
Je ne sais plus	31	2%
TOTAL	1604	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Oui	85%	83%
Non	12%	15%
Je ne sais plus	3%	2%
TOTAL	100%	100%

Khi2=2.84, ddl=2, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Oui	88%	86%	78%
Non	10%	11%	20%
Je ne sais plus	2%	2%	2%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=30.38, ddl=4, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui	87%	84%	78%
Non	12%	14%	19%
Je ne sais plus	1%	2%	3%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=11.42, ddl=4, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Oui	87%	82%	83%	86%	82%
Non	11%	14%	16%	13%	17%
Je ne sais plus	2%	4%	1%	1%	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

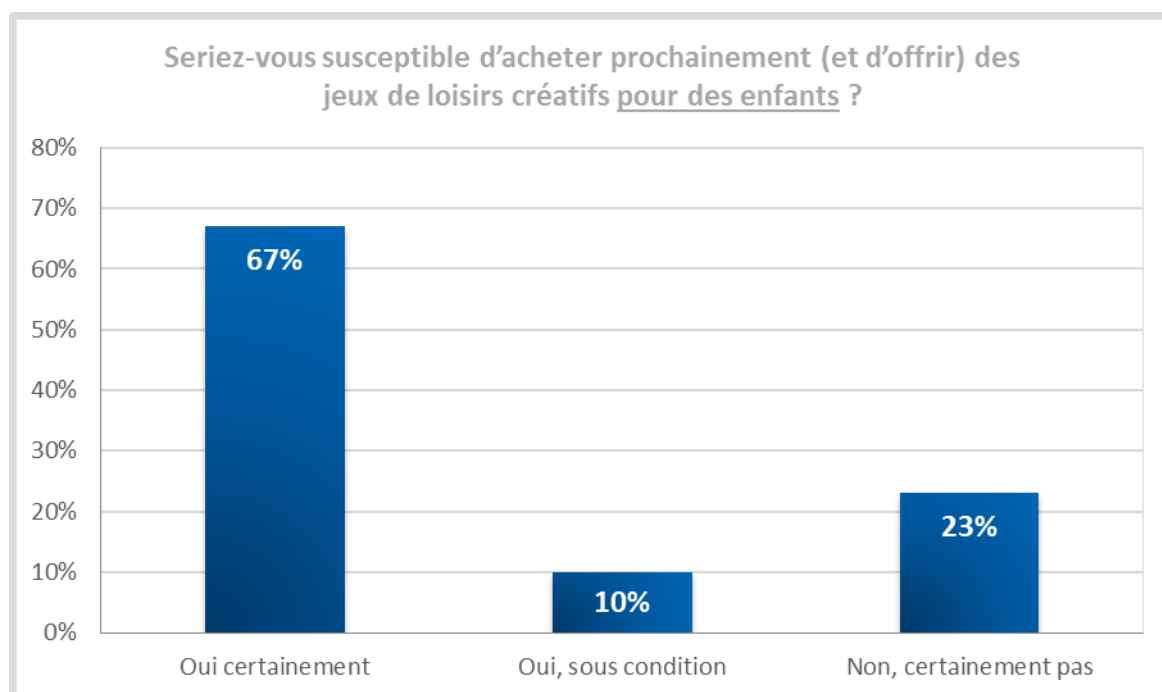
Khi2=13.5, ddl=8, p < 0.1 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 5/25

Seriez-vous susceptible d'acheter prochainement (et d'offrir) des jeux de loisirs créatifs pour des enfants ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Oui certainement	176	67%
Oui, sous condition	26	10%
Non, certainement pas	61	23%
TOTAL	263	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Oui certainement	74%	66%
Oui, sous condition	7%	10%
Non, certainement pas	19%	24%
TOTAL	100%	100%

Khi2=1.11, ddl=2, p < 0.9 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Oui certainement	75%	68%	62%
Oui, sous condition	12%	11%	9%
Non, certainement pas	13%	21%	29%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=6.76, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui certainement	76%	65%	64%
Oui, sous condition	6%	8%	15%
Non, certainement pas	18%	27%	21%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=6.16, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Oui certainement	70%	68%	65%	64%	67%
Oui, sous condition	8%	14%	7%	14%	8%
Non, certainement pas	22%	17%	28%	23%	25%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

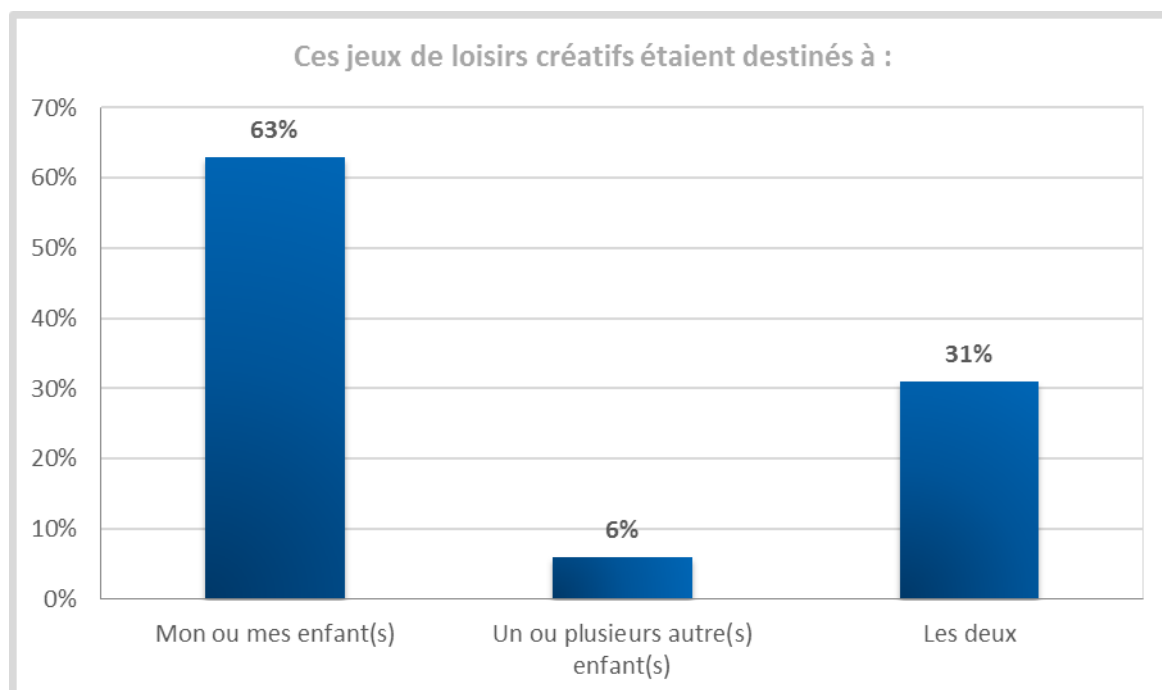
Khi2=4.83, ddl=8, p < 0.9 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 6/25

Ces jeux de loisirs créatifs étaient destinés à :

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Mon ou mes enfant(s)	843	63%
Un ou plusieurs autre(s) enfant(s)	79	6%
Les deux	419	31%
TOTAL	1341	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Mon ou mes enfant(s)	71%	61%
Un ou plusieurs autre(s) enfant(s)	4%	6%
Les deux	25%	33%
TOTAL	100%	100%

Khi2=8.61, ddl=2, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Mon ou mes enfant(s)	63%	61%	64%
Un ou plusieurs autre(s) enfant(s)	5%	5%	7%
Les deux	31%	34%	29%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.07, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Mon ou mes enfant(s)	59%	62%	70%
Un ou plusieurs autre(s) enfant(s)	6%	6%	5%
Les deux	35%	32%	26%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=8.74, ddl=4, p < 0.1 (Assez significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Mon ou mes enfant(s)	58%	63%	65%	63%	64%
Un ou plusieurs autre(s) enfant(s)	8%	6%	4%	8%	5%
Les deux	34%	31%	31%	29%	30%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=6.54, ddl=8, p < 0.9 (Pas significatif)

/ PAGE 6 du questionnaire en ligne

1341 interviewés (ayant acheté de jeux créatifs au cours des 12 derniers mois)

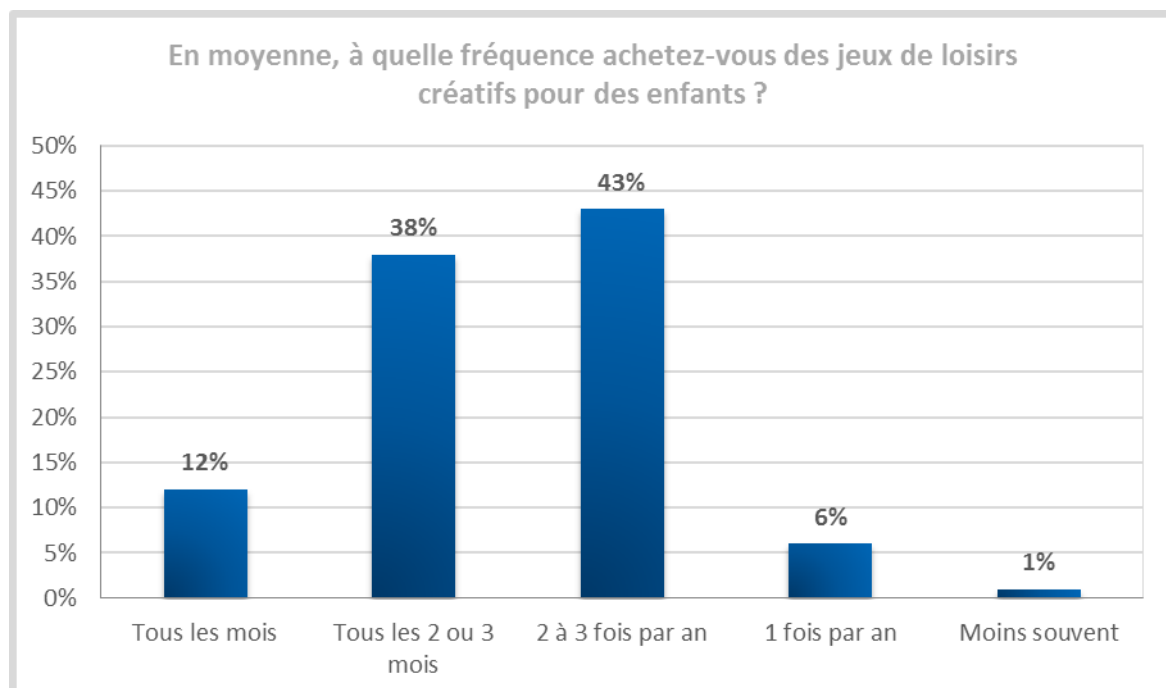
Question 7/25

En moyenne, à quelle fréquence achetez-vous des jeux de loisirs créatifs pour des enfants ?

J'en achète...

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Tous les mois	159	12%
Tous les 2 ou 3 mois	505	38%
2 à 3 fois par an	573	43%
1 fois par an	86	6%
Moins souvent	18	1%
TOTAL	1341	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Tous les mois	11%	12%
Tous les 2 ou 3 mois	42%	37%
2 à 3 fois par an	38%	44%
1 fois par an	9%	6%
Moins souvent	0%	2%
TOTAL	100%	100%

Khi2=7.73, ddl=4, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Tous les mois	15%	9%	10%
Tous les 2 ou 3 mois	42%	39%	33%
2 à 3 fois par an	37%	43%	48%
1 fois par an	5%	7%	7%
Moins souvent	1%	1%	2%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=23.42, ddl=8, p < 0.005 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Tous les mois	12%	12%	13%
Tous les 2 ou 3 mois	40%	35%	40%
2 à 3 fois par an	41%	46%	37%
1 fois par an	6%	6%	7%
Moins souvent	1%	1%	3%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=16.24, ddl=8, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Tous les mois	15%	9%	13%	9%	12%
Tous les 2 ou 3 mois	40%	34%	42%	31%	38%
2 à 3 fois par an	36%	48%	39%	50%	44%
1 fois par an	8%	8%	4%	9%	5%
Moins souvent	1%	2%	1%	1%	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=25.98, ddl=16, p < 0.1 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

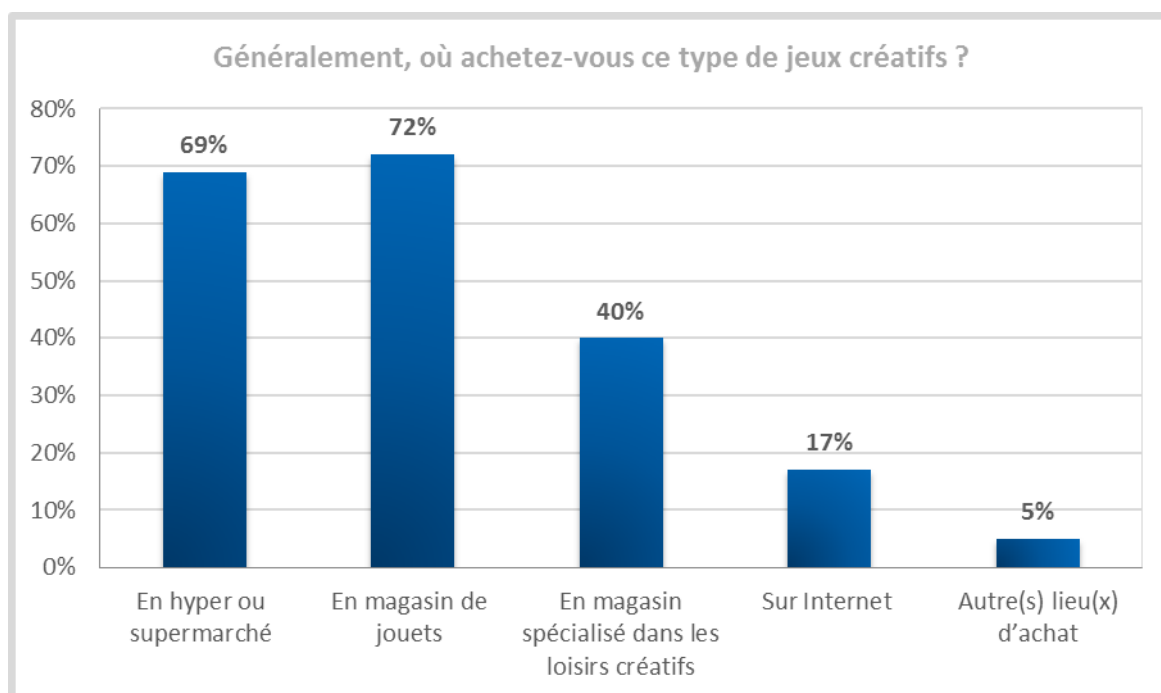
Question 8/25

Généralement, où achetez-vous ce type de jeux créatifs ?

(Plusieurs réponses possibles)

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
En hyper ou supermarché (Auchan, Carrefour, Leclerc...)	925	69%
En magasin de jouets (ToysRus, la Grande Récré, KingJouet, JouéClub, magasin indépendant...)	962	72%
En magasin spécialisé dans les loisirs créatifs (magasin de chaîne ou indépendant)	530	40%
Sur Internet (hors Drive)	234	17%
Autre(s) lieu(x) d'achat	62	5%
TOTAL	1341	



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
En hyper ou supermarché	68%	69%
En magasin de jouets	74%	71%
En magasin spécialisé dans les loisirs créatifs	43%	39%
Sur Internet (hors Drive)	16%	18%
Autre(s) lieu(x) d'achat	2%	5%
TOTAL	203%	202%

Khi2=5.31, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
En hyper ou supermarché	73%	70%	64%
En magasin de jouets	76%	66%	71%
En magasin spécialisé dans les loisirs créatifs	33%	42%	45%
Sur Internet (hors Drive)	18%	19%	16%
Autre(s) lieu(x) d'achat	4%	5%	5%
TOTAL	204%	202%	201%

Khi2=16.64, ddl=8, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
En hyper ou supermarché	66%	68%	76%
En magasin de jouets	74%	73%	67%
En magasin spécialisé dans les loisirs créatifs	47%	39%	32%
Sur Internet (hors Drive)	19%	17%	16%
Autre(s) lieu(x) d'achat	3%	4%	7%
TOTAL	209%	201%	198%

Khi2=17.66, ddl=8, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
En hyper ou supermarché	62%	72%	72%	69%	68%
En magasin de jouets	79%	68%	72%	65%	72%
En magasin spécialisé dans les loisirs créatifs	41%	38%	38%	51%	36%
Sur Internet (hors Drive)	18%	16%	18%	18%	17%
Autre(s) lieu(x) d'achat	4%	8%	4%	2%	4%
TOTAL	204%	202%	204%	205%	197%

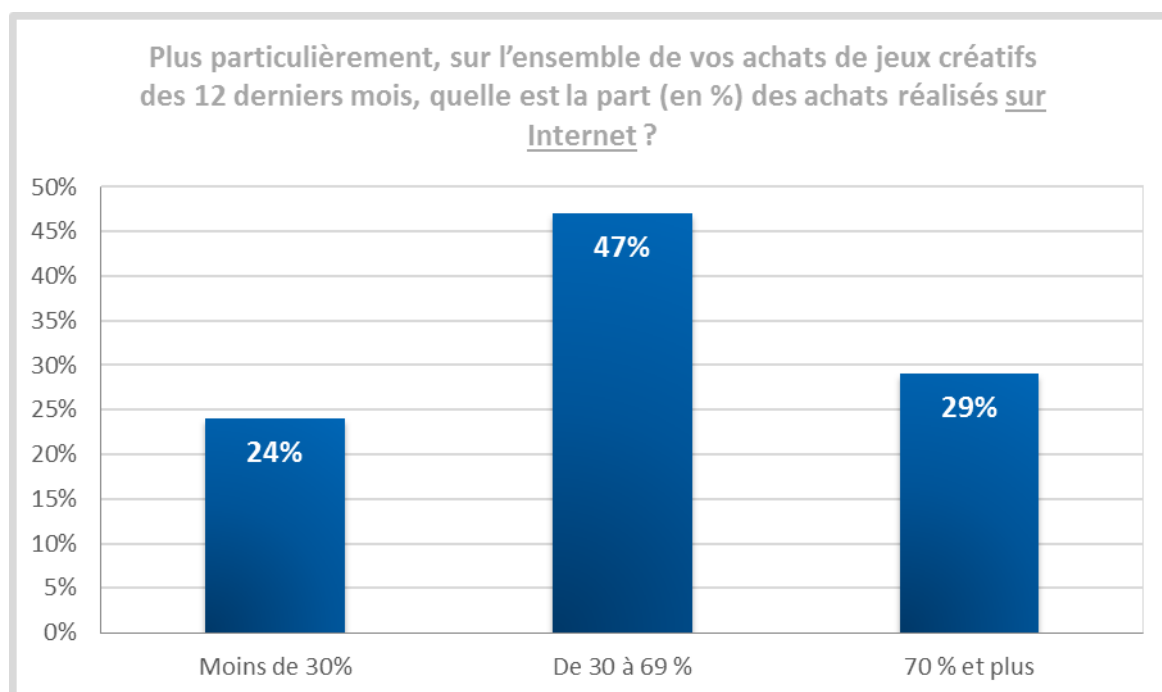
Khi2=19.83, ddl=16, p < 0.5 (Peu significatif)

Question 9/25

Plus particulièrement, sur l'ensemble de vos achats de jeux créatifs des 12 derniers mois, quelle est la part (en %) des achats réalisés sur Internet ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Moins de 30%	57	24%
De 30 à 69 %	110	47%
70 % et plus	67	29%
TOTAL	234	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Moins de 30%	26%	24%
De 30 à 69 %	49%	47%
70 % et plus	26%	29%
TOTAL	100%	100%

Khi2=0.2, ddl=2, p < 0.95 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Moins de 30%	31%	25%	16%
De 30 à 69 %	46%	43%	52%
70 % et plus	23%	32%	32%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=5.8, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Moins de 30%	12%	33%	18%
De 30 à 69 %	57%	42%	47%
70 % et plus	31%	25%	36%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=11.99, ddl=4, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Moins de 30%	22%	29%	27%	20%	21%
De 30 à 69 %	53%	35%	48%	60%	46%
70 % et plus	24%	37%	25%	20%	33%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=6.81, ddl=8, p < 0.9 (Pas significatif)

Question 10/25

Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas acheté de jeux créatifs sur Internet ?

Cf. Fichier Excel

Question 11/25

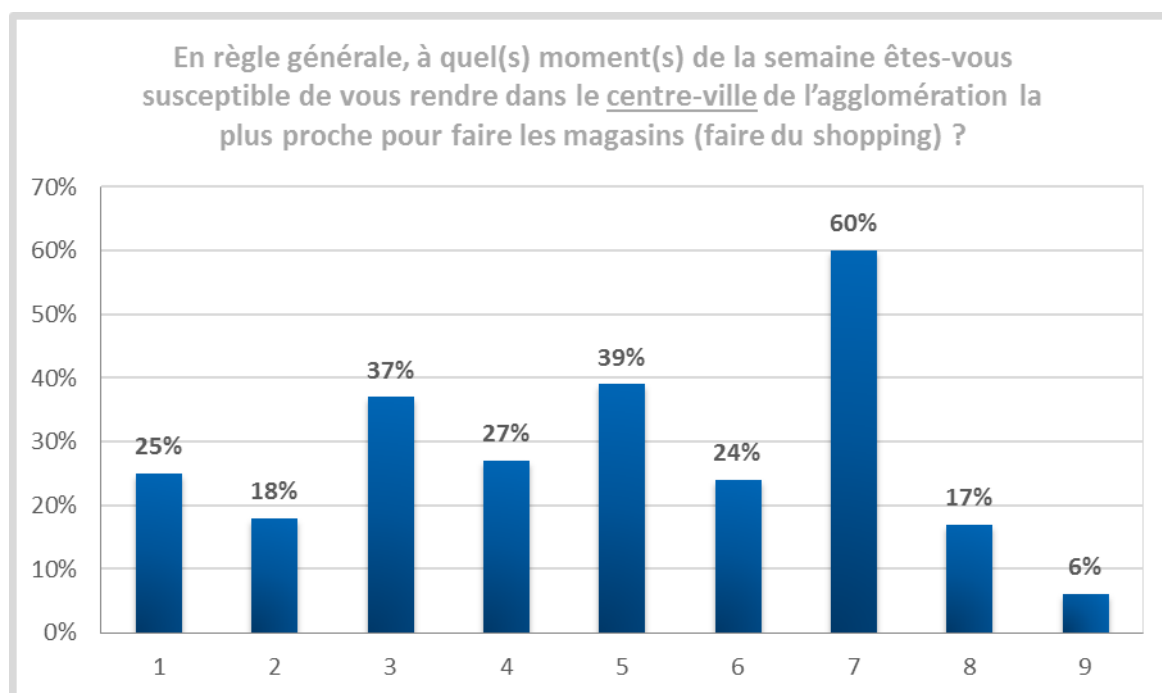
En règle générale, à quel(s) moment(s) de la semaine êtes-vous susceptible de vous rendre dans le centre-ville de l'agglomération la plus proche pour faire les magasins (faire du shopping) ?

(Plusieurs réponses possibles)

En semaine = entre le lundi et le vendredi

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
1 En semaine, le matin (9h-12h)	380	25%
2 En semaine, le midi (12h-14h)	271	18%
3 En semaine, l'après-midi (14h-18h)	564	37%
4 En semaine, le soir (18h-20h)	419	27%
5 Le samedi matin (9h-12h)	606	39%
6 Le samedi midi (12h-14h)	374	24%
7 Le samedi après-midi (14h-18h)	920	60%
8 Le samedi soir (18h-20h)	260	17%
9 Je ne fréquente jamais les magasins du centre-ville	100	6%
TOTAL	1543	



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
En semaine, le matin (9h-12h)	14%	27%
En semaine, le midi (12h-14h)	15%	18%
En semaine, l'après-midi (14h-18h)	31%	38%
En semaine, le soir (18h-20h)	40%	24%
Le samedi matin (9h-12h)	40%	39%
Le samedi midi (12h-14h)	31%	23%
Le samedi après-midi (14h-18h)	64%	59%
Le samedi soir (18h-20h)	24%	15%
Je ne fréquente jamais les magasins du centre-ville	4%	7%
TOTAL	264%	250%

Khi2=52.8, ddl=8, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
En semaine, le matin (9h-12h)	28%	21%	24%
En semaine, le midi (12h-14h)	17%	17%	18%
En semaine, l'après-midi (14h-18h)	38%	33%	37%
En semaine, le soir (18h-20h)	25%	29%	28%
Le samedi matin (9h-12h)	37%	42%	40%
Le samedi midi (12h-14h)	23%	26%	24%
Le samedi après-midi (14h-18h)	61%	60%	58%
Le samedi soir (18h-20h)	18%	15%	17%
Je ne fréquente jamais les magasins du centre-ville	7%	6%	6%
TOTAL	255%	248%	253%

Khi2=13.53, ddl=16, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
En semaine, le matin (9h-12h)	23%	20%	37%
En semaine, le midi (12h-14h)	24%	18%	9%
En semaine, l'après-midi (14h-18h)	31%	35%	46%
En semaine, le soir (18h-20h)	34%	29%	16%
Le samedi matin (9h-12h)	39%	41%	36%
Le samedi midi (12h-14h)	26%	26%	20%
Le samedi après-midi (14h-18h)	57%	62%	57%
Le samedi soir (18h-20h)	21%	16%	14%
Je ne fréquente jamais les magasins du centre-ville	5%	6%	9%
TOTAL	260%	252%	244%

Khi2=103.54, ddl=16, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
En semaine, le matin (9h-12h)	24%	28%	25%	21%	22%
En semaine, le midi (12h-14h)	22%	17%	17%	19%	15%
En semaine, l'après-midi (14h-18h)	34%	35%	39%	35%	39%
En semaine, le soir (18h-20h)	42%	19%	27%	23%	26%
Le samedi matin (9h-12h)	40%	40%	38%	32%	43%
Le samedi midi (12h-14h)	32%	23%	22%	21%	23%
Le samedi après-midi (14h-18h)	64%	59%	60%	58%	57%
Le samedi soir (18h-20h)	25%	11%	18%	16%	15%
Je ne fréquente jamais les magasins du centre-ville	2%	8%	6%	7%	8%
TOTAL	285%	240%	252%	232%	248%

Khi2=67.88, ddl=32, p < 0.001 (Très significatif)

Concernant les critères d'achat de jeux créatifs...

Question 12/25

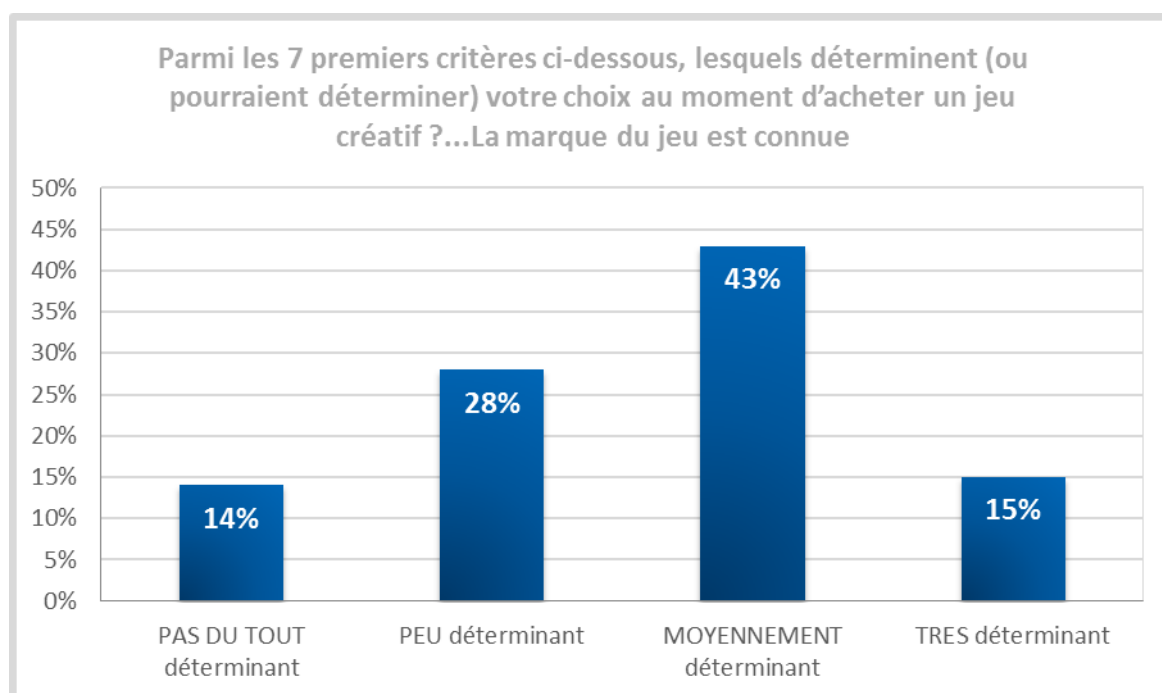
La marque du jeu est connue (vue à la TV, dans les catalogues...) :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	220	14%
PEU déterminant	428	28%
MOYENNEMENT déterminant	667	43%
TRES déterminant	228	15%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	14%	14%
PEU déterminant	25%	28%
MOYENNEMENT déterminant	47%	42%
TRES déterminant	14%	15%
TOTAL	100%	100%

Khi2=1.75, ddl=3, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	15%	12%	16%
PEU déterminant	28%	30%	27%
MOYENNEMENT déterminant	45%	43%	42%
TRES déterminant	13%	15%	16%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=5.98, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	16%	12%	17%
PEU déterminant	29%	28%	25%
MOYENNEMENT déterminant	40%	44%	44%
TRES déterminant	15%	15%	14%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=8.07, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	13%	14%	15%	12%	16%
PEU déterminant	24%	25%	28%	38%	28%
MOYENNEMENT déterminant	45%	47%	43%	34%	43%
TRES déterminant	18%	14%	14%	16%	13%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=16.98, ddl=12, p < 0.5 (Peu significatif)

Question 12/25

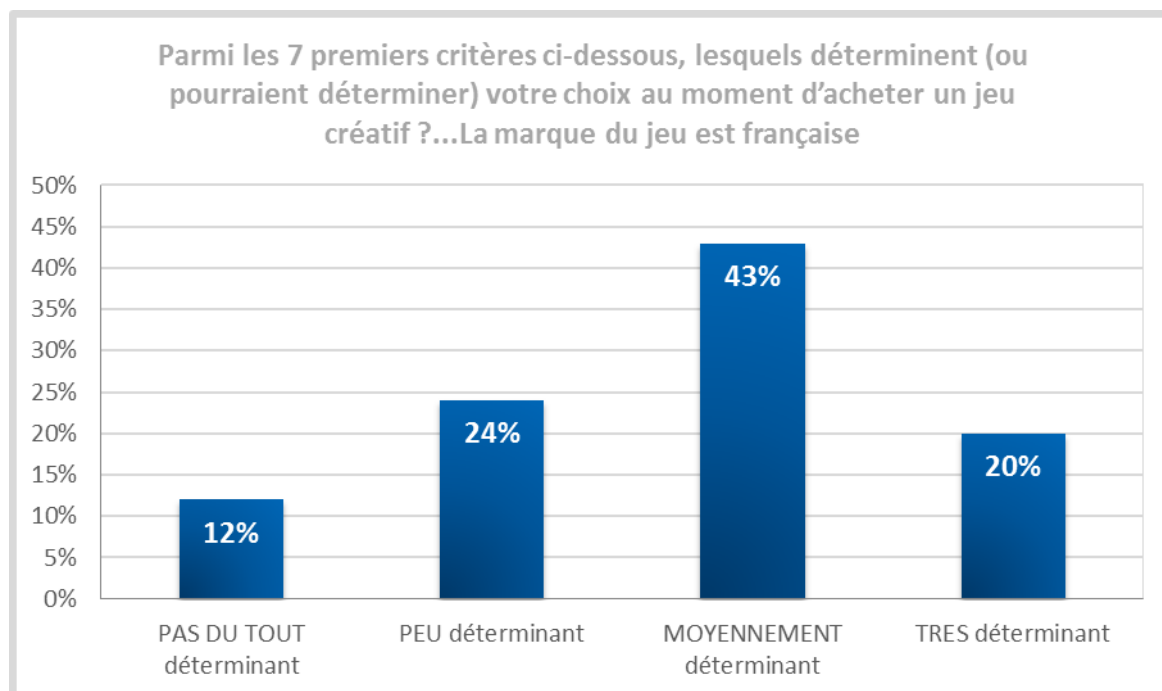
La marque du jeu est française :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	189	12%
PEU déterminant	376	24%
MOYENNEMENT déterminant	662	43%
TRES déterminant	316	20%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	11%	12%
PEU déterminant	22%	25%
MOYENNEMENT déterminant	44%	43%
TRES déterminant	23%	20%
TOTAL	100%	100%

Khi2=1.84, ddl=3, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	15%	12%	9%
PEU déterminant	24%	28%	22%
MOYENNEMENT déterminant	44%	41%	43%
TRES déterminant	16%	19%	25%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=24.85, ddl=6, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	11%	12%	15%
PEU déterminant	23%	25%	24%
MOYENNEMENT déterminant	44%	43%	42%
TRES déterminant	22%	20%	19%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=5.72, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	12%	11%	13%	11%	15%
PEU déterminant	26%	21%	24%	30%	24%
MOYENNEMENT déterminant	41%	46%	43%	39%	43%
TRES déterminant	21%	22%	20%	21%	19%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=8.66, ddl=12, p < 0.9 (Pas significatif)

Question 12/25

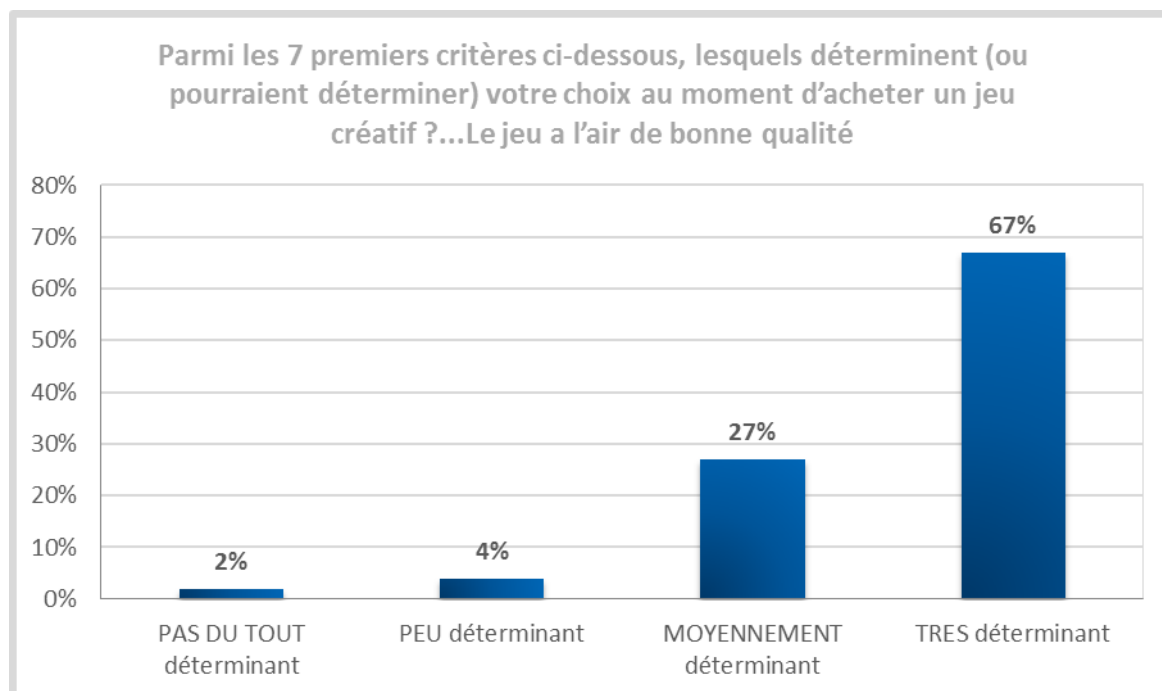
Le jeu a l'air de bonne qualité (robustesse, finitions...) :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	27	2%
PEU déterminant	64	4%
MOYENNEMENT déterminant	422	27%
TRES déterminant	1030	67%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	2%	2%
PEU déterminant	5%	4%
MOYENNEMENT déterminant	26%	28%
TRES déterminant	67%	67%
TOTAL	100%	100%

Khi2=0.91, ddl=3, p < 0.9 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	2%	1%	2%
PEU déterminant	5%	2%	4%
MOYENNEMENT déterminant	28%	30%	25%
TRES déterminant	65%	67%	68%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=8.68, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	2%	2%	1%
PEU déterminant	3%	4%	6%
MOYENNEMENT déterminant	26%	28%	26%
TRES déterminant	69%	65%	67%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=6.45, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	1%	2%	2%	2%	2%
PEU déterminant	6%	3%	3%	6%	4%
MOYENNEMENT déterminant	20%	30%	29%	25%	30%
TRES déterminant	72%	65%	66%	67%	65%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=18.71, ddl=12, p < 0.1 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 12/25

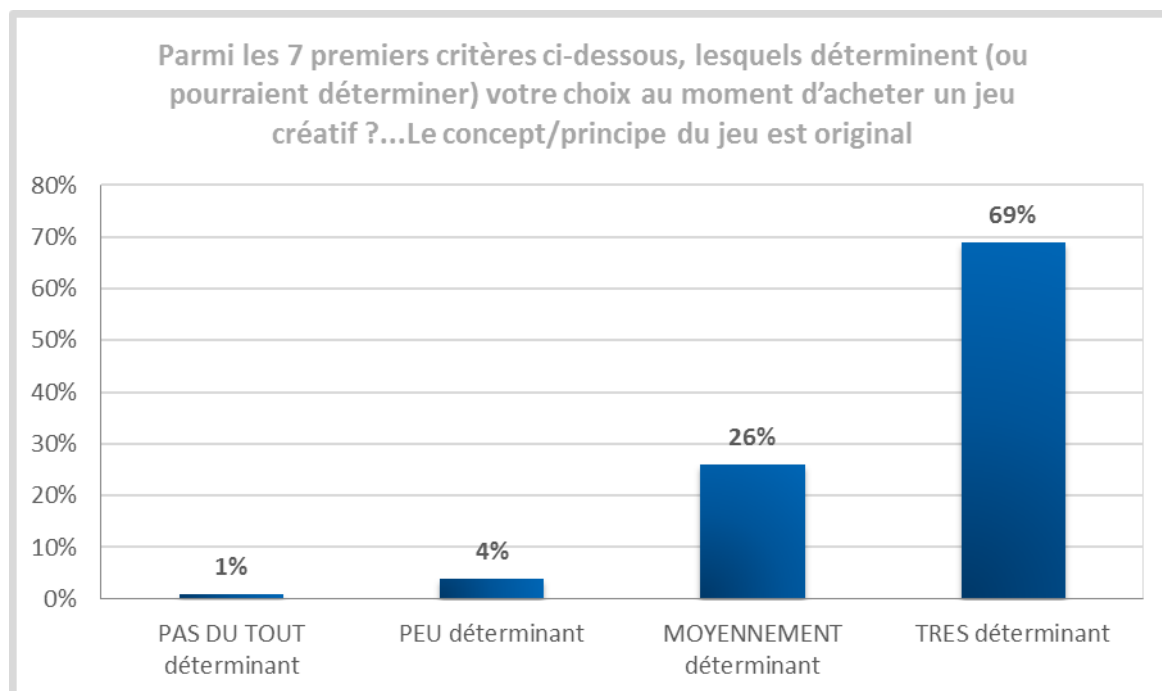
Le concept/principe du jeu est original :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	14	1%
PEU déterminant	61	4%
MOYENNEMENT déterminant	401	26%
TRES déterminant	1067	69%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%
PEU déterminant	5%	4%
MOYENNEMENT déterminant	30%	25%
TRES déterminant	65%	70%
TOTAL	100%	100%

Khi2=3.45, ddl=3, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%	1%
PEU déterminant	5%	4%	3%
MOYENNEMENT déterminant	31%	24%	22%
TRES déterminant	63%	72%	74%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=19.74, ddl=6, p < 0.005 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%	1%
PEU déterminant	2%	4%	6%
MOYENNEMENT déterminant	21%	28%	27%
TRES déterminant	75%	67%	66%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=13.44, ddl=6, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	0%	1%	1%	1%	1%
PEU déterminant	5%	3%	4%	5%	3%
MOYENNEMENT déterminant	23%	28%	23%	25%	31%
TRES déterminant	72%	68%	72%	69%	65%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=12.14, ddl=12, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 12/25

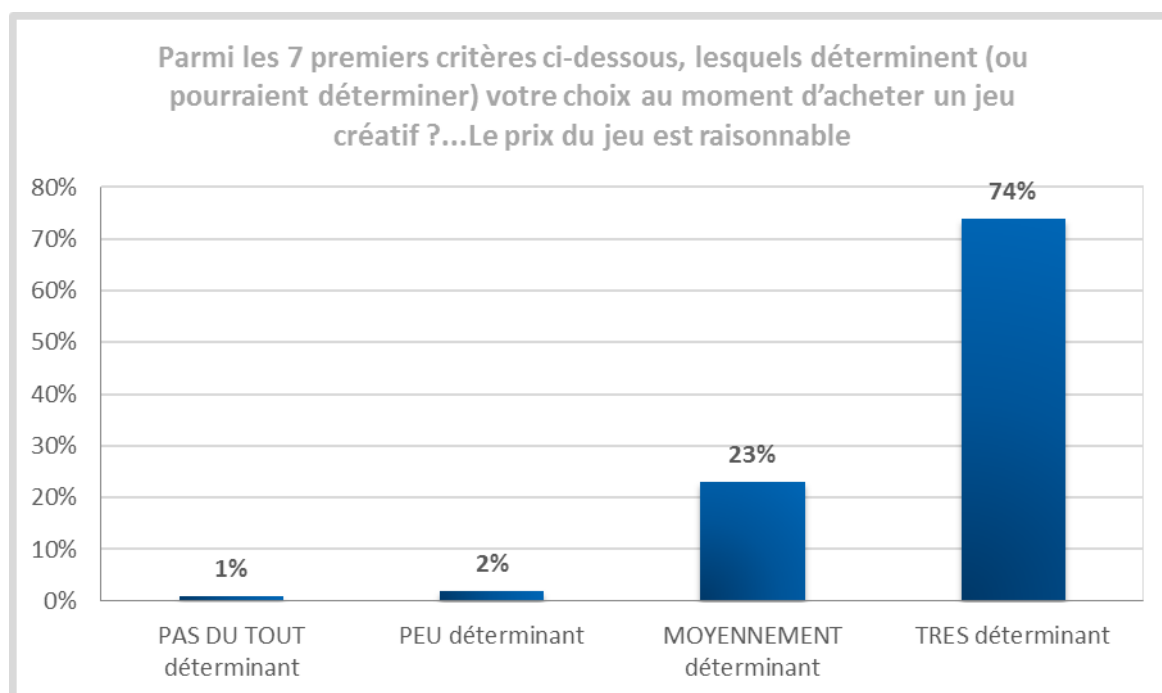
Le prix du jeu est raisonnable :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	20	1%
PEU déterminant	30	2%
MOYENNEMENT déterminant	352	23%
TRES déterminant	1141	74%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	2%	1%
PEU déterminant	4%	2%
MOYENNEMENT déterminant	29%	21%
TRES déterminant	65%	76%
TOTAL	100%	100%

Khi2=15.65, ddl=3, p < 0.005 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	2%	1%	1%
PEU déterminant	2%	1%	2%
MOYENNEMENT déterminant	22%	23%	23%
TRES déterminant	74%	75%	73%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.26, ddl=6, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%	1%
PEU déterminant	1%	2%	2%
MOYENNEMENT déterminant	29%	22%	18%
TRES déterminant	68%	75%	79%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=15.65, ddl=6, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%	1%	1%	1%
PEU déterminant	4%	1%	1%	2%	1%
MOYENNEMENT déterminant	26%	23%	20%	23%	23%
TRES déterminant	68%	74%	77%	74%	75%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=14.15, ddl=12, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 12/25

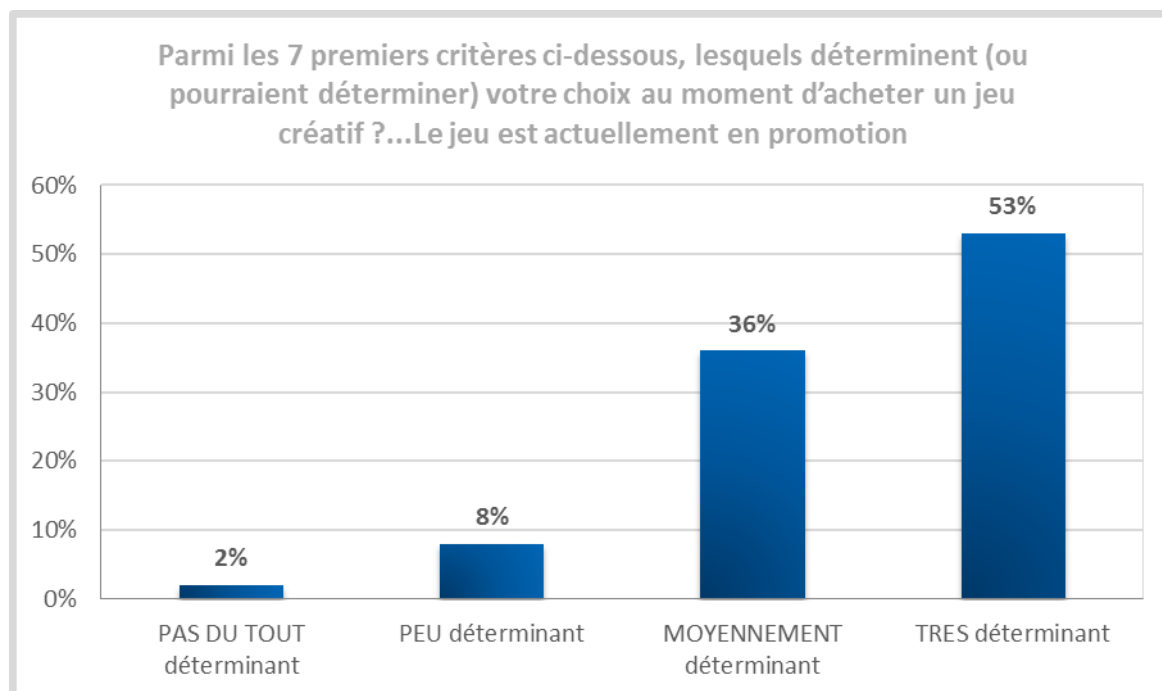
Le jeu est actuellement en promotion :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	36	2%
PEU déterminant	127	8%
MOYENNEMENT déterminant	557	36%
TRES déterminant	823	53%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	6%	2%
PEU déterminant	13%	7%
MOYENNEMENT déterminant	40%	35%
TRES déterminant	41%	56%
TOTAL	100%	100%

Khi2=37.86, ddl=3, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	2%	2%	2%
PEU déterminant	8%	8%	8%
MOYENNEMENT déterminant	39%	36%	33%
TRES déterminant	51%	53%	56%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.28, ddl=6, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	3%	2%	2%
PEU déterminant	10%	8%	8%
MOYENNEMENT déterminant	42%	35%	32%
TRES déterminant	45%	55%	58%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=16.81, ddl=6, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	2%	2%	2%	1%	4%
PEU déterminant	10%	6%	8%	8%	10%
MOYENNEMENT déterminant	37%	38%	34%	37%	36%
TRES déterminant	50%	55%	56%	54%	50%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=13.51, ddl=12, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 12/25

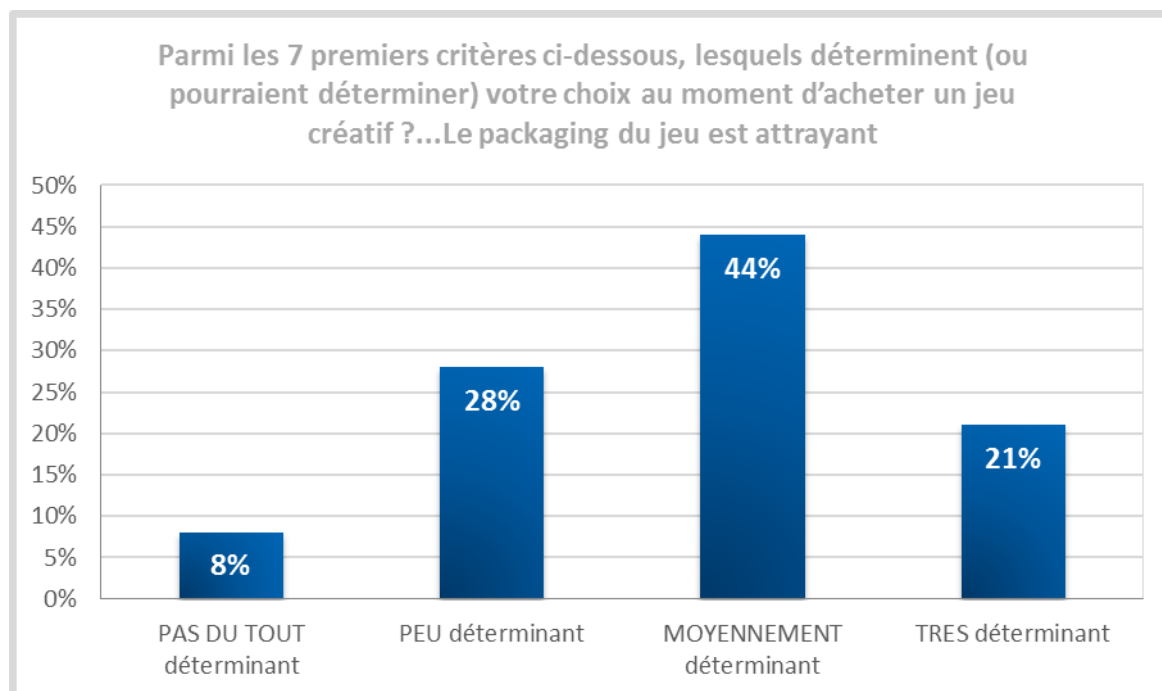
Le packaging du jeu est attrayant :

Parmi les 7 premiers critères ci-dessous, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères liés au produit lui-même

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	118	8%
PEU déterminant	430	28%
MOYENNEMENT déterminant	674	44%
TRES déterminant	321	21%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	10%	7%
PEU déterminant	27%	28%
MOYENNEMENT déterminant	47%	43%
TRES déterminant	16%	22%
TOTAL	100%	100%

Khi2=5.89, ddl=3, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	7%	7%	9%
PEU déterminant	24%	28%	32%
MOYENNEMENT déterminant	48%	48%	36%
TRES déterminant	21%	18%	23%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=22.37, ddl=6, p < 0.005 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	8%	8%	6%
PEU déterminant	30%	27%	29%
MOYENNEMENT déterminant	45%	43%	44%
TRES déterminant	17%	22%	22%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=7.57, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	7%	8%	6%	12%	7%
PEU déterminant	25%	26%	30%	30%	29%
MOYENNEMENT déterminant	44%	45%	45%	37%	44%
TRES déterminant	24%	20%	19%	22%	20%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=10.39, ddl=12, p < 0.9 (Pas significatif)

Question 13/25

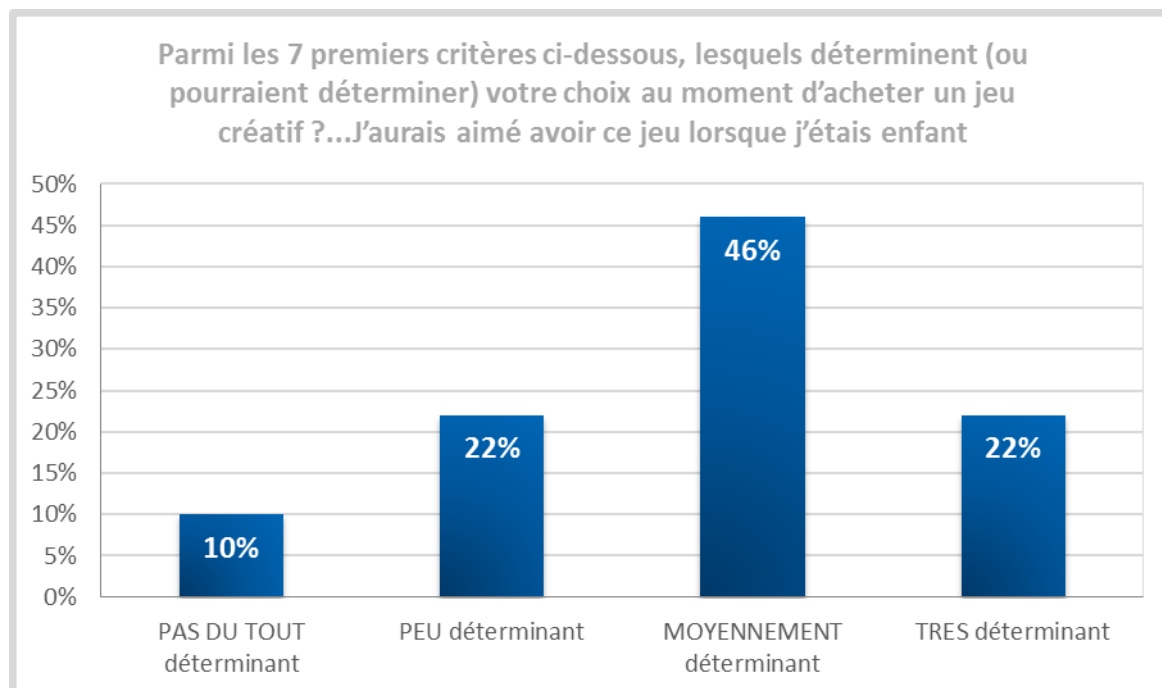
J'aurais aimé avoir ce jeu lorsque j'étais enfant :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	148	10%
PEU déterminant	340	22%
MOYENNEMENT déterminant	710	46%
TRES déterminant	345	22%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	10%	9%
PEU déterminant	17%	23%
MOYENNEMENT déterminant	53%	44%
TRES déterminant	19%	23%
TOTAL	100%	100%

Khi2=8.92, ddl=3, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	9%	9%	11%
PEU déterminant	20%	24%	23%
MOYENNEMENT déterminant	45%	45%	48%
TRES déterminant	26%	22%	19%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=8.72, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	8%	10%	11%
PEU déterminant	18%	24%	23%
MOYENNEMENT déterminant	51%	45%	42%
TRES déterminant	23%	21%	25%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=11.43, ddl=6, p < 0.1 (Assez significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	10%	8%	8%	14%	11%
PEU déterminant	22%	21%	24%	22%	21%
MOYENNEMENT déterminant	39%	49%	45%	45%	51%
TRES déterminant	29%	23%	22%	19%	18%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=22.91, ddl=12, p < 0.05 (Significatif)

Question 13/25

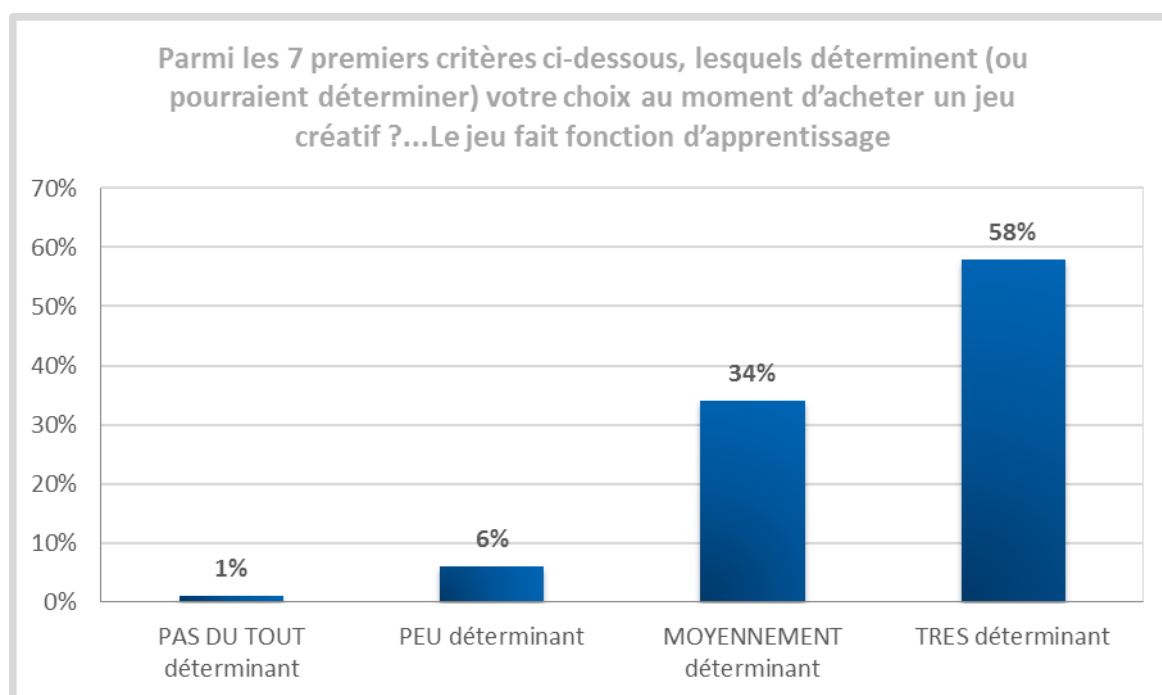
Le jeu fait fonction d'apprentissage (apprendre à dessiner, à coudre, à faire la cuisine...) :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	23	1%
PEU déterminant	97	6%
MOYENNEMENT déterminant	524	34%
TRES déterminant	899	58%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	1%	2%
PEU déterminant	7%	6%
MOYENNEMENT déterminant	37%	33%
TRES déterminant	55%	59%
TOTAL	100%	100%

Khi2=1.9, ddl=3, p < 0.9 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%	2%
PEU déterminant	5%	7%	7%
MOYENNEMENT déterminant	30%	40%	34%
TRES déterminant	64%	53%	56%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=17.28, ddl=6, p < 0.01 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	1%	1%	2%
PEU déterminant	9%	5%	6%
MOYENNEMENT déterminant	34%	35%	32%
TRES déterminant	56%	59%	60%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=9.03, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	2%	2%	0%	3%	1%
PEU déterminant	9%	6%	7%	5%	5%
MOYENNEMENT déterminant	34%	33%	30%	38%	38%
TRES déterminant	56%	59%	62%	55%	56%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=15.26, ddl=12, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 13/25

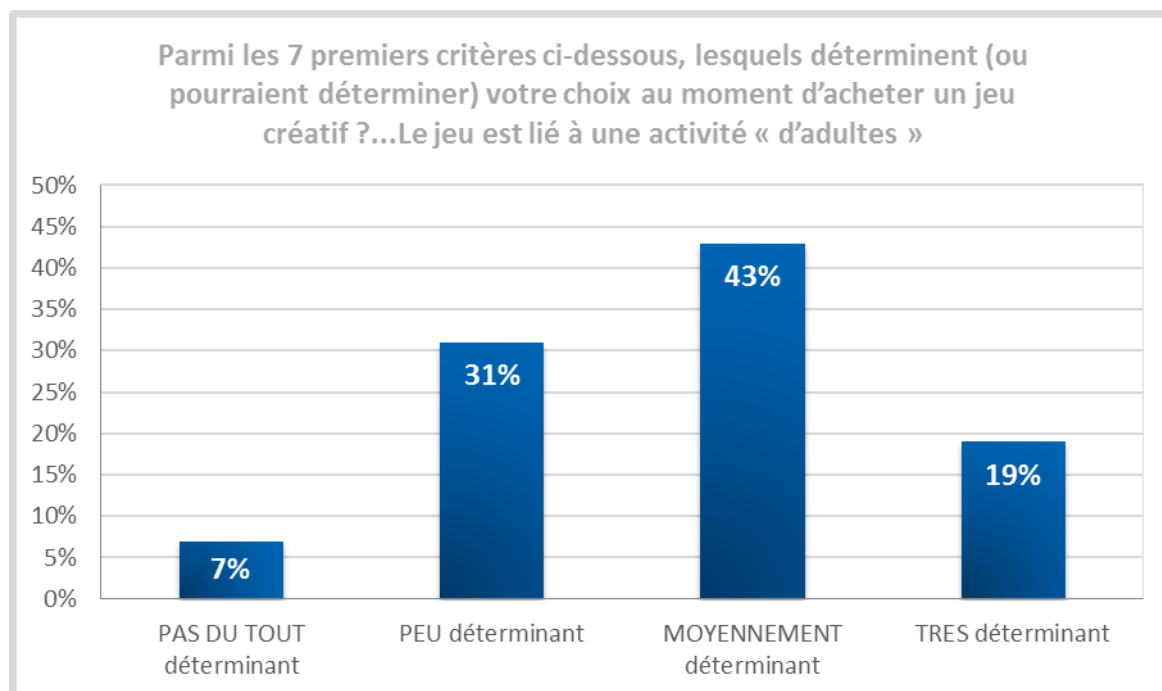
Le jeu est lié à une activité « d'adultes » (couture, cuisine...) :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	115	7%
PEU déterminant	477	31%
MOYENNEMENT déterminant	661	43%
TRES déterminant	290	19%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	8%	7%
PEU déterminant	33%	30%
MOYENNEMENT déterminant	42%	43%
TRES déterminant	17%	19%
TOTAL	100%	100%

Khi2=1.91, ddl=3, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	7%	9%	6%
PEU déterminant	32%	29%	31%
MOYENNEMENT déterminant	44%	43%	42%
TRES déterminant	17%	19%	20%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.8, ddl=6, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	10%	6%	8%
PEU déterminant	37%	30%	27%
MOYENNEMENT déterminant	40%	44%	44%
TRES déterminant	14%	20%	22%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=18.16, ddl=6, p < 0.01 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	7%	9%	5%	8%	8%
PEU déterminant	31%	30%	30%	37%	29%
MOYENNEMENT déterminant	40%	41%	45%	37%	47%
TRES déterminant	22%	20%	19%	17%	15%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=15.67, ddl=12, p < 0.5 (Peu significatif)

Question 13/25

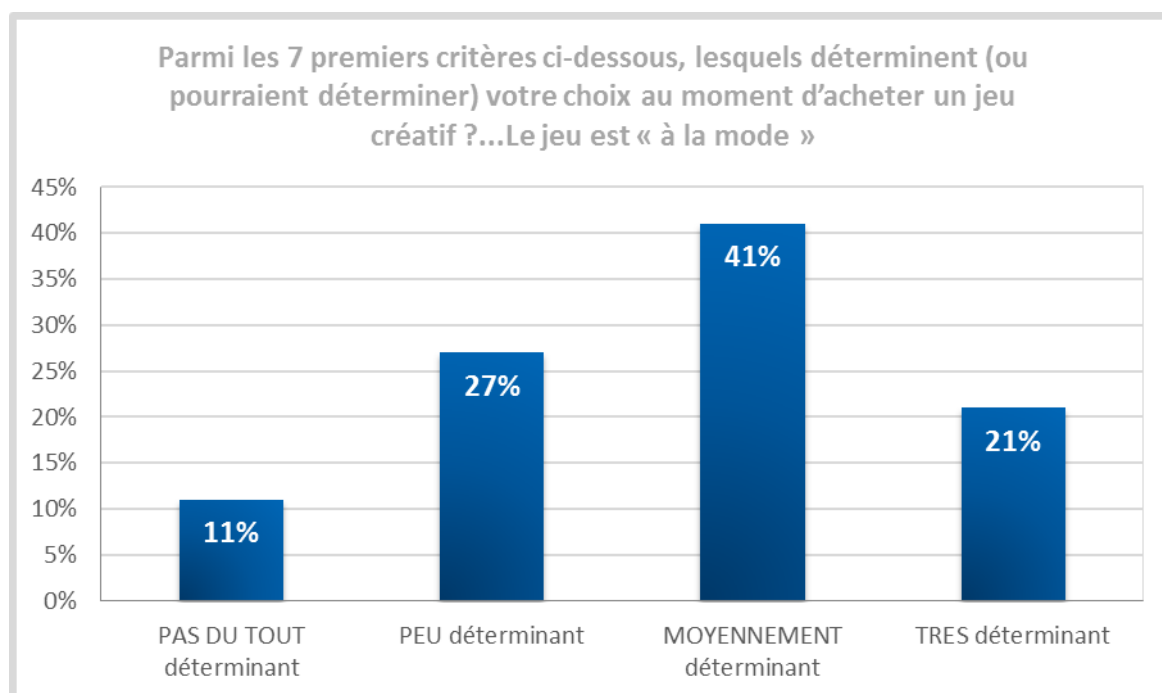
Le jeu est « à la mode » (beaucoup d'enfants l'ont ou le veulent) :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	171	11%
PEU déterminant	413	27%
MOYENNEMENT déterminant	639	41%
TRES déterminant	320	21%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	12%	11%
PEU déterminant	33%	25%
MOYENNEMENT déterminant	40%	42%
TRES déterminant	15%	22%
TOTAL	100%	100%

Khi2=11.59, ddl=3, p < 0.01 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	14%	11%	9%
PEU déterminant	29%	27%	25%
MOYENNEMENT déterminant	43%	41%	40%
TRES déterminant	15%	21%	26%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=25.84, ddl=6, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	13%	10%	10%
PEU déterminant	31%	26%	23%
MOYENNEMENT déterminant	39%	41%	45%
TRES déterminant	16%	22%	23%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=15.33, ddl=6, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	11%	9%	10%	14%	12%
PEU déterminant	25%	28%	27%	27%	27%
MOYENNEMENT déterminant	38%	43%	42%	42%	42%
TRES déterminant	26%	20%	21%	17%	19%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=10.18, ddl=12, p < 0.9 (Pas significatif)

Question 13/25

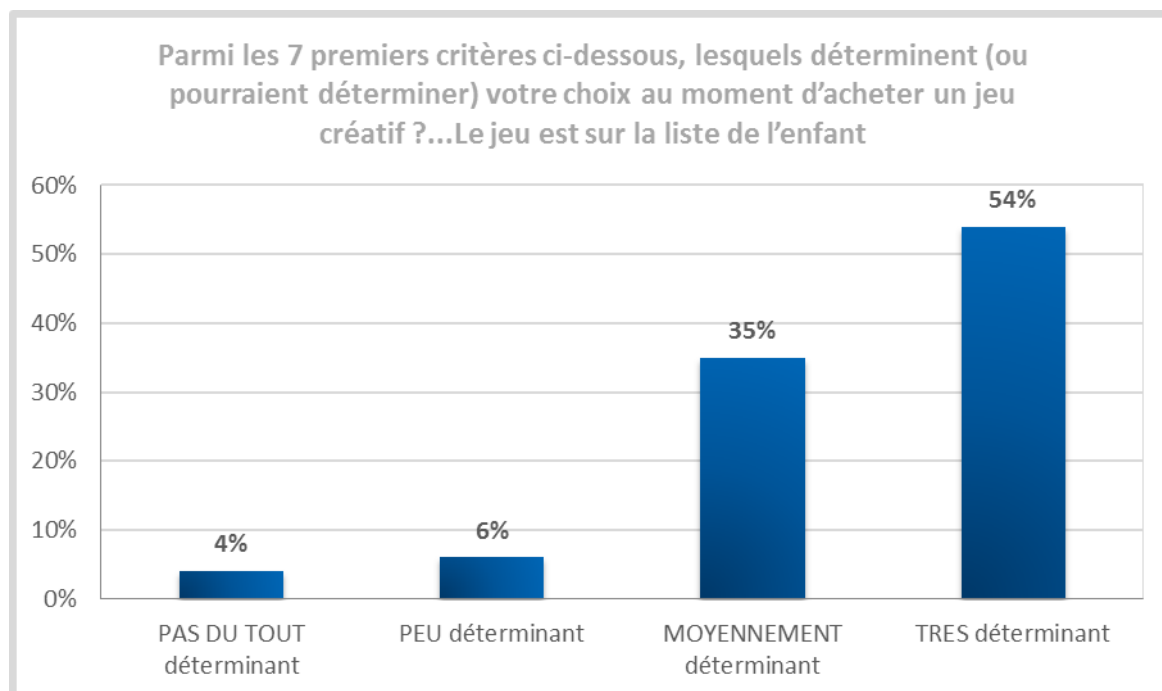
Le jeu est sur la liste de l'enfant (liste d'anniversaire, de Noël...) :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	63	4%
PEU déterminant	97	6%
MOYENNEMENT déterminant	543	35%
TRES déterminant	840	54%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	5%	4%
PEU déterminant	7%	6%
MOYENNEMENT déterminant	43%	34%
TRES déterminant	46%	56%
TOTAL	100%	100%

Khi2=10.95, ddl=3, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	5%	4%	3%
PEU déterminant	7%	6%	6%
MOYENNEMENT déterminant	37%	38%	31%
TRES déterminant	51%	53%	59%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=10.58, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	4%	4%	4%
PEU déterminant	6%	6%	7%
MOYENNEMENT déterminant	39%	34%	33%
TRES déterminant	50%	56%	56%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.59, ddl=6, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	5%	5%	2%	5%	5%
PEU déterminant	9%	6%	5%	7%	5%
MOYENNEMENT déterminant	30%	36%	35%	40%	37%
TRES déterminant	56%	53%	58%	48%	53%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=15.64, ddl=12, p < 0.5 (Peu significatif)

Question 13/25

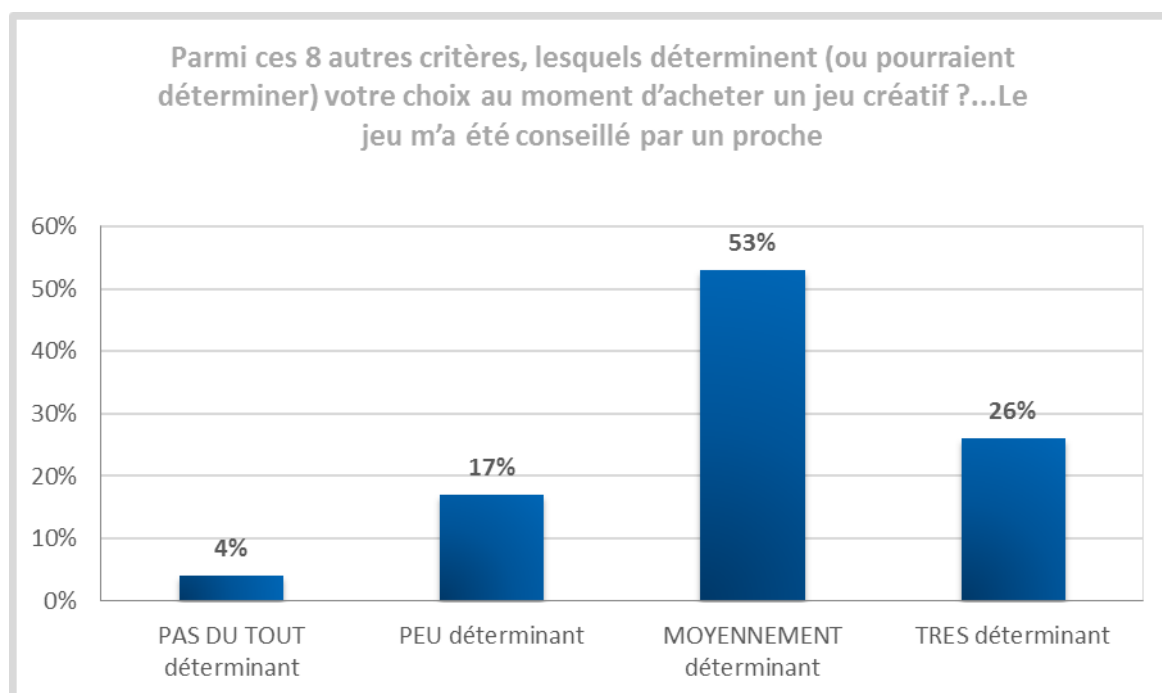
Le jeu m'a été conseillé par un proche :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	65	4%
PEU déterminant	267	17%
MOYENNEMENT déterminant	815	53%
TRES déterminant	396	26%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	4%	4%
PEU déterminant	17%	17%
MOYENNEMENT déterminant	58%	52%
TRES déterminant	20%	27%
TOTAL	100%	100%

Khi2=5.59, ddl=3, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	4%	3%	5%
PEU déterminant	14%	18%	19%
MOYENNEMENT déterminant	55%	54%	50%
TRES déterminant	26%	24%	26%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=8.08, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	2%	5%	5%
PEU déterminant	17%	16%	22%
MOYENNEMENT déterminant	53%	54%	50%
TRES déterminant	28%	26%	22%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=14.66, ddl=6, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	4%	6%	4%	1%	4%
PEU déterminant	17%	15%	18%	25%	16%
MOYENNEMENT déterminant	50%	51%	55%	51%	56%
TRES déterminant	30%	28%	23%	23%	23%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=19.95, ddl=12, p < 0.1 (Assez significatif)

Question 13/25

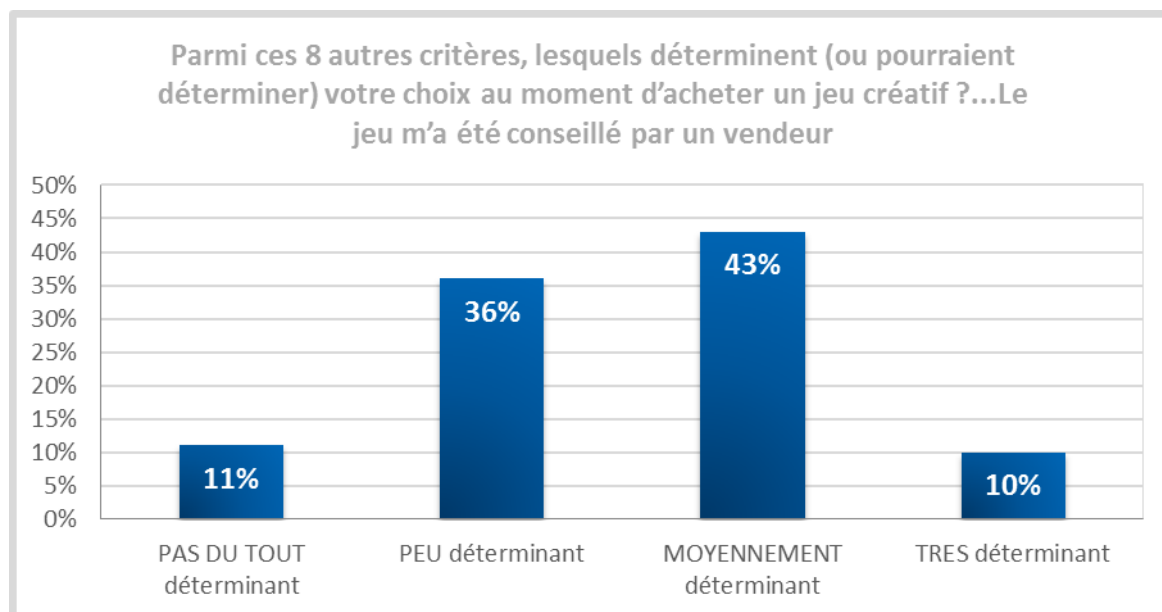
Le jeu m'a été conseillé par un vendeur :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	170	11%
PEU déterminant	551	36%
MOYENNEMENT déterminant	668	43%
TRES déterminant	154	10%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	11%	11%
PEU déterminant	37%	35%
MOYENNEMENT déterminant	44%	43%
TRES déterminant	9%	10%
TOTAL	100%	100%

Khi2=0.6, ddl=3, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	12%	10%	11%
PEU déterminant	38%	36%	34%
MOYENNEMENT déterminant	42%	45%	44%
TRES déterminant	9%	8%	12%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=5.79, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	11%	10%	15%
PEU déterminant	38%	34%	38%
MOYENNEMENT déterminant	42%	46%	38%
TRES déterminant	9%	11%	10%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=12.88, ddl=6, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	11%	10%	13%	12%	9%
PEU déterminant	35%	38%	34%	38%	35%
MOYENNEMENT déterminant	39%	42%	44%	39%	49%
TRES déterminant	14%	10%	10%	10%	7%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=16.16, ddl=12, p < 0.5 (Peu significatif)

Question 13/25

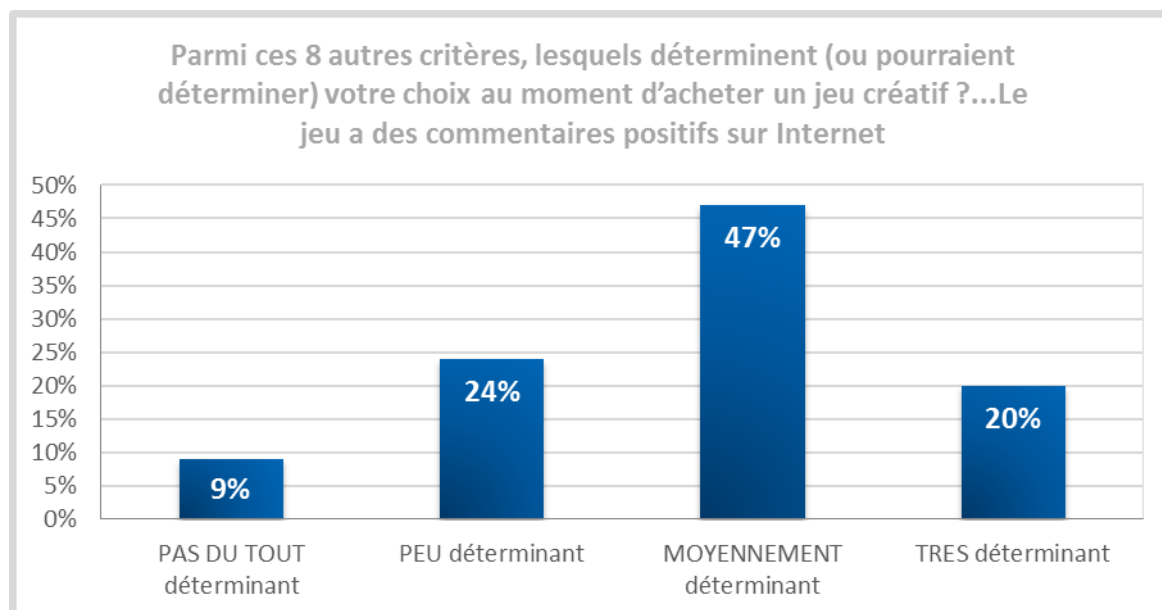
Le jeu a des commentaires positifs sur Internet :

Parmi ces 8 autres critères, lesquels déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix au moment d'acheter un jeu créatif ?

/ Les critères annexes au produit

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
PAS DU TOUT déterminant	136	9%
PEU déterminant	365	24%
MOYENNEMENT déterminant	727	47%
TRES déterminant	315	20%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
PAS DU TOUT déterminant	8%	9%
PEU déterminant	21%	24%
MOYENNEMENT déterminant	50%	46%
TRES déterminant	21%	20%
TOTAL	100%	100%

Khi2=2.29, ddl=3, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
PAS DU TOUT déterminant	9%	6%	11%
PEU déterminant	25%	24%	22%
MOYENNEMENT déterminant	46%	51%	45%
TRES déterminant	19%	19%	22%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=11.39, ddl=6, p < 0.1 (Assez significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
PAS DU TOUT déterminant	7%	10%	9%
PEU déterminant	25%	23%	24%
MOYENNEMENT déterminant	49%	47%	46%
TRES déterminant	19%	21%	21%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.24, ddl=6, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
PAS DU TOUT déterminant	7%	10%	10%	6%	8%
PEU déterminant	21%	22%	23%	34%	25%
MOYENNEMENT déterminant	46%	49%	48%	39%	50%
TRES déterminant	26%	20%	19%	21%	18%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=21.3, ddl=12, p < 0.05 (Significatif)

Question 14/25

S'il y a d'autres critères qui déterminent (ou pourraient déterminer) votre choix, veuillez les indiquer ci-dessous svp :

Cf. Fichier Excel

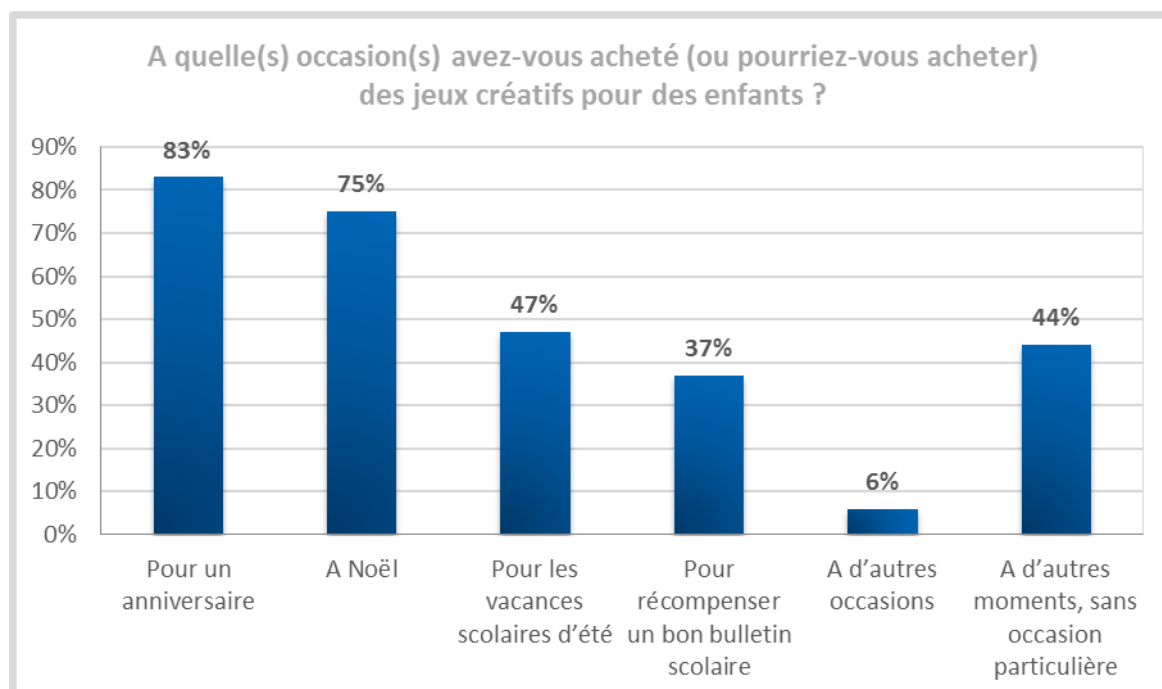
Question 15/25

A quelle(s) occasion(s) avez-vous acheté (ou pourriez-vous acheter) des jeux créatifs pour des enfants ?

(Plusieurs réponses possibles)

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Pour un anniversaire	1285	83%
A Noël	1152	75%
Pour les vacances scolaires d'été	718	47%
Pour récompenser un bon bulletin scolaire	576	37%
A d'autres occasions	93	6%
A d'autres moments, sans occasion particulière	680	44%
TOTAL	1543	



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Pour un anniversaire	86%	83%
A Noël	80%	73%
Pour les vacances scolaires d'été	43%	47%
Pour récompenser un bon bulletin scolaire	39%	37%
A d'autres occasions	3%	7%
A d'autres moments, sans occasion particulière	33%	46%
TOTAL	285%	293%

Khi2=16.13, ddl=5, p < 0.01 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Pour un anniversaire	83%	81%	85%
A Noël	76%	72%	75%
Pour les vacances scolaires d'été	45%	46%	48%
Pour récompenser un bon bulletin scolaire	32%	37%	42%
A d'autres occasions	5%	5%	7%
A d'autres moments, sans occasion particulière	51%	47%	35%
TOTAL	293%	289%	292%

Khi2=28.78, ddl=10, p < 0.005 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Pour un anniversaire	87%	83%	81%
A Noël	77%	74%	74%
Pour les vacances scolaires d'été	47%	45%	49%
Pour récompenser un bon bulletin scolaire	39%	35%	41%
A d'autres occasions	5%	6%	8%
A d'autres moments, sans occasion particulière	41%	44%	47%
TOTAL	295%	288%	299%

Khi2=6.39, ddl=10, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Pour un anniversaire	86%	79%	84%	87%	83%
A Noël	78%	74%	71%	77%	76%
Pour les vacances scolaires d'été	50%	39%	55%	44%	44%
Pour récompenser un bon bulletin scolaire	43%	30%	43%	30%	38%
A d'autres occasions	8%	4%	7%	6%	5%
A d'autres moments, sans occasion particulière	43%	45%	46%	37%	45%
TOTAL	308%	271%	306%	281%	290%

Khi2=24.4, ddl=20, p < 0.5 (Peu significatif)

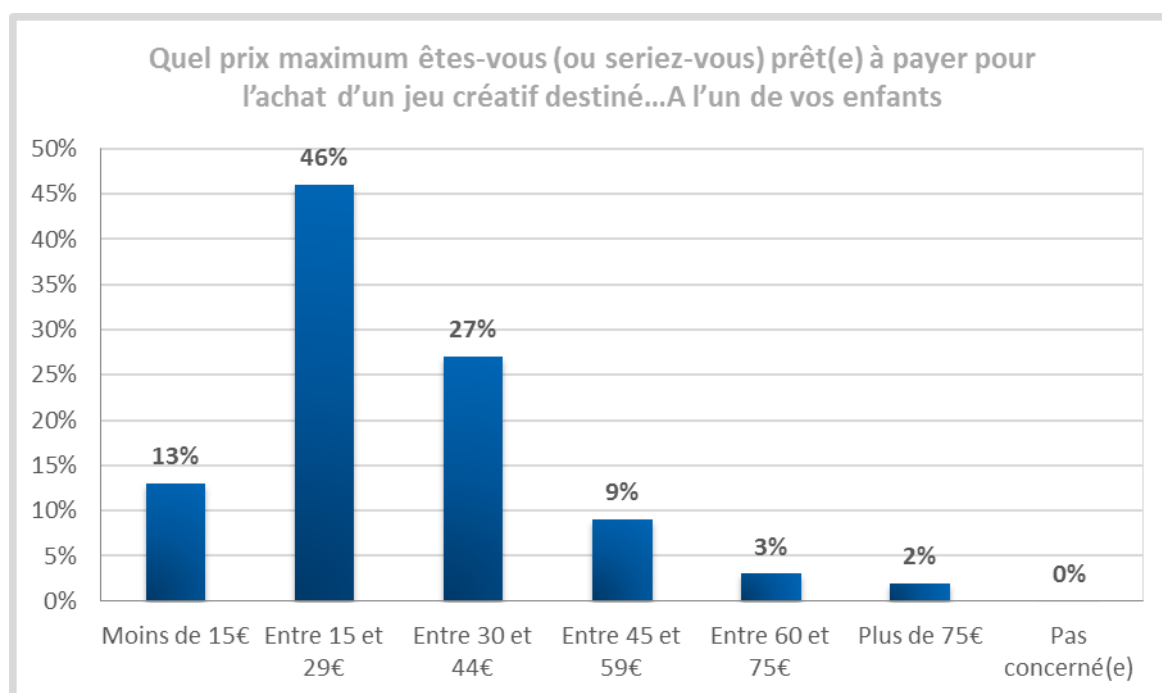
Question 16/25

A l'un de vos enfants ?

Quel prix maximum êtes-vous (ou seriez-vous) prêt(e) à payer pour l'achat d'un jeu créatif destiné...

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Moins de 15€	204	13%
Entre 15 et 29€	707	46%
Entre 30 et 44€	422	27%
Entre 45 et 59€	133	9%
Entre 60 et 75€	39	3%
Plus de 75€	31	2%
Pas concerné(e)	7	0%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Moins de 15€	6%	15%
Entre 15 et 29€	39%	47%
Entre 30 et 44€	33%	26%
Entre 45 et 59€	15%	7%
Entre 60 et 75€	3%	2%
Plus de 75€	3%	2%
Pas concerné(e)	1%	0%
TOTAL	100%	100%

Khi2=37.39, ddl=6, p < 0.001 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Moins de 15€	11%	18%	12%
Entre 15 et 29€	45%	48%	45%
Entre 30 et 44€	30%	23%	27%
Entre 45 et 59€	7%	9%	10%
Entre 60 et 75€	3%	2%	3%
Plus de 75€	3%	1%	2%
Pas concerné(e)	1%	0%	1%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=25.94, ddl=12, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Moins de 15€	9%	15%	15%
Entre 15 et 29€	45%	45%	49%
Entre 30 et 44€	30%	28%	23%
Entre 45 et 59€	11%	8%	7%
Entre 60 et 75€	2%	2%	4%
Plus de 75€	2%	2%	2%
Pas concerné(e)	1%	0%	0%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=23.28, ddl=12, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Moins de 15€	9%	15%	13%	15%	15%
Entre 15 et 29€	41%	51%	46%	45%	45%
Entre 30 et 44€	30%	22%	28%	30%	29%
Entre 45 et 59€	13%	7%	8%	6%	8%
Entre 60 et 75€	4%	2%	2%	1%	3%
Plus de 75€	2%	2%	3%	2%	1%
Pas concerné(e)	0%	1%	0%	1%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=38.98, ddl=24, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

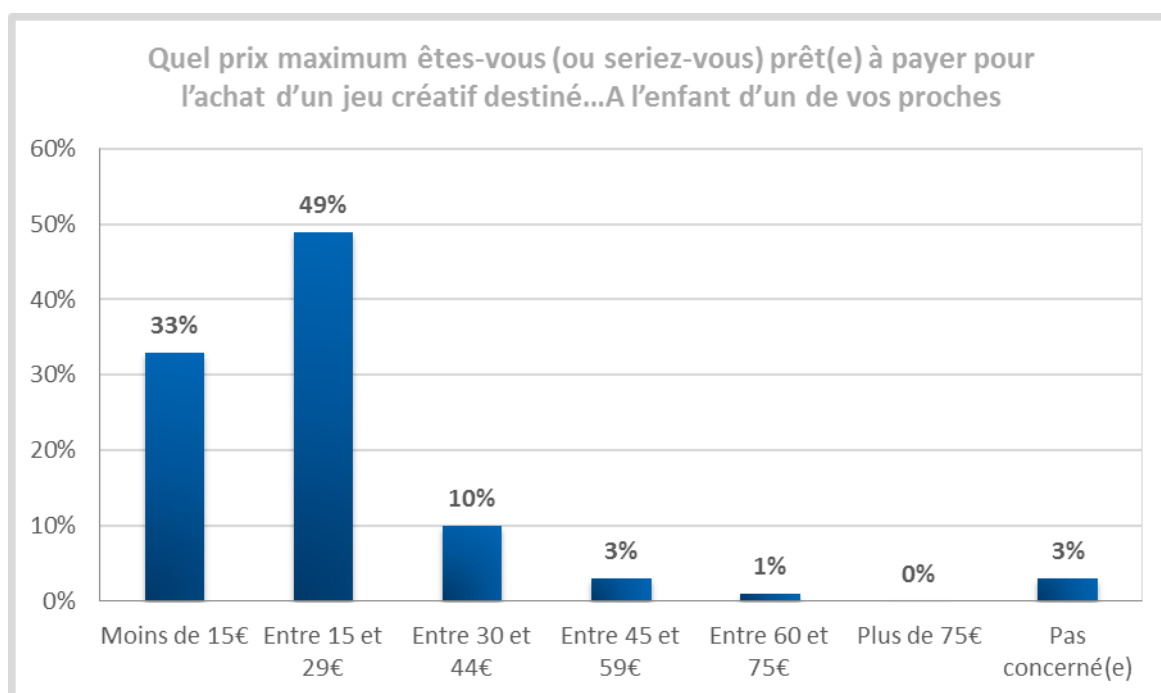
Question 16/25

A l'enfant d'un de vos proches ?

Quel prix maximum êtes-vous (ou seriez-vous) prêt(e) à payer pour l'achat d'un jeu créatif destiné...

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Moins de 15€	509	33%
Entre 15 et 29€	763	49%
Entre 30 et 44€	162	10%
Entre 45 et 59€	43	3%
Entre 60 et 75€	9	1%
Plus de 75€	5	0%
Pas concerné(e)	52	3%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Moins de 15€	23%	35%
Entre 15 et 29€	54%	48%
Entre 30 et 44€	13%	10%
Entre 45 et 59€	6%	2%
Entre 60 et 75€	1%	1%
Plus de 75€	0%	0%
Pas concerné(e)	4%	3%
TOTAL	100%	100%

Khi2=26.22, ddl=6, p < 0.001 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Moins de 15€	34%	36%	30%
Entre 15 et 29€	51%	50%	48%
Entre 30 et 44€	9%	8%	13%
Entre 45 et 59€	3%	2%	3%
Entre 60 et 75€	1%	0%	1%
Plus de 75€	0%	0%	1%
Pas concerné(e)	2%	4%	4%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=18.27, ddl=12, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Moins de 15€	27%	34%	37%
Entre 15 et 29€	52%	49%	47%
Entre 30 et 44€	14%	10%	7%
Entre 45 et 59€	4%	3%	2%
Entre 60 et 75€	1%	1%	1%
Plus de 75€	1%	0%	0%
Pas concerné(e)	2%	3%	6%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=24.52, ddl=12, p < 0.05 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Moins de 15€	22%	37%	33%	35%	38%
Entre 15 et 29€	53%	46%	51%	55%	47%
Entre 30 et 44€	16%	11%	9%	8%	9%
Entre 45 et 59€	4%	2%	3%	1%	3%
Entre 60 et 75€	1%	0%	0%	1%	1%
Plus de 75€	0%	0%	1%	0%	0%
Pas concerné(e)	4%	4%	4%	1%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=45.43, ddl=24, p < 0.01 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

/ PAGE 12 du questionnaire en ligne

1543 interviewés (achetant ou étant susceptibles d'acheter des jeux créatifs)

Le Projet :

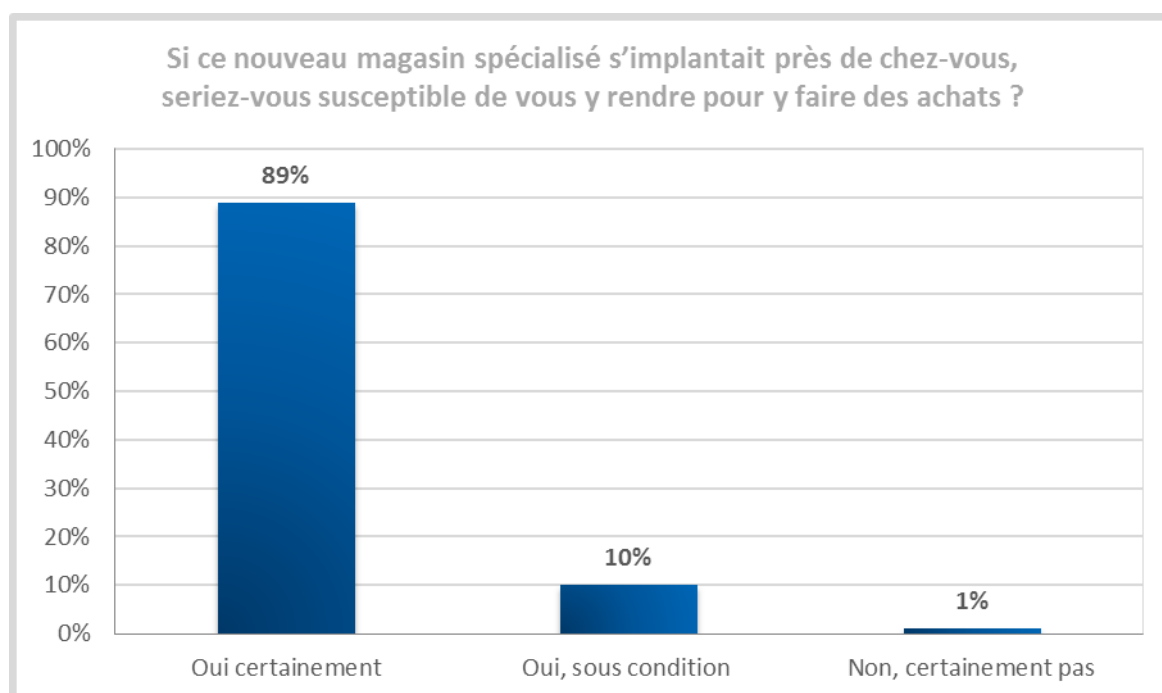
Il s'agit de la création d'un nouveau magasin indépendant, spécialisé dans les loisirs créatifs pour enfants, qui rassemblera tous les types de jeux créatifs, pour tous les âges (de 0 à 14 ans).

Question 17/25

Si ce nouveau magasin spécialisé s'implantait près de chez-vous, seriez-vous susceptible de vous y rendre pour y faire des achats ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Oui certainement	1371	89%
Oui, sous condition	159	10%
Non, certainement pas	13	1%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Oui certainement	90%	89%
Oui, sous condition	9%	11%
Non, certainement pas	1%	1%
TOTAL	100%	100%

Khi2=0.51, ddl=2, p < 0.9 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Oui certainement	89%	88%	90%
Oui, sous condition	11%	11%	9%
Non, certainement pas	1%	1%	1%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=0.86, ddl=4, p < 0.95 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui certainement	91%	89%	86%
Oui, sous condition	8%	10%	13%
Non, certainement pas	1%	1%	1%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=4.83, ddl=4, p < 0.5 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Oui certainement	88%	89%	88%	89%	91%
Oui, sous condition	11%	10%	11%	9%	9%
Non, certainement pas	1%	1%	1%	2%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=4.86, ddl=8, p < 0.9 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

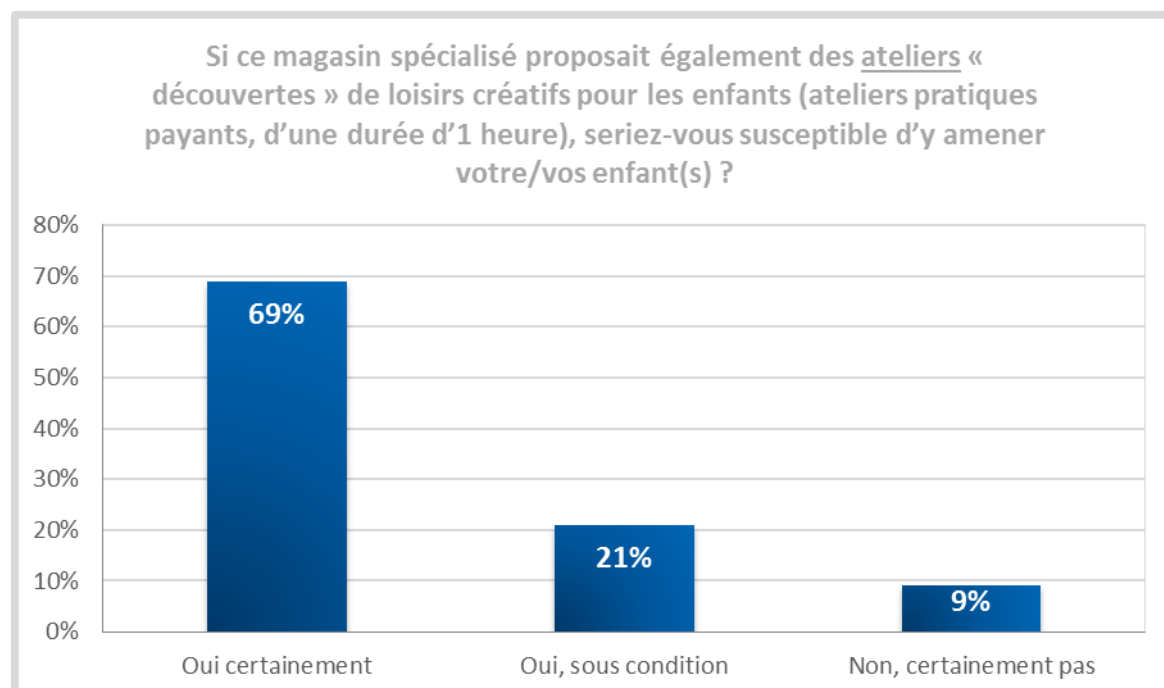
D'autre part...

Question 18/25

Si ce magasin spécialisé proposait également des ateliers « découvertes » de loisirs créatifs pour les enfants (ateliers pratiques payants, d'une durée d'1 heure), seriez-vous susceptible d'y amener votre/vos enfant(s) ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Oui certainement	1069	69%
Oui, sous condition	328	21%
Non, certainement pas	146	9%
TOTAL	1543	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Oui certainement	73%	68%
Oui, sous condition	14%	23%
Non, certainement pas	13%	9%
TOTAL	100%	100%

Khi2=13, ddl=2, p < 0.005 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Oui certainement	69%	67%	71%
Oui, sous condition	22%	21%	20%
Non, certainement pas	9%	11%	9%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=3.08, ddl=4, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui certainement	70%	70%	66%
Oui, sous condition	23%	20%	23%
Non, certainement pas	7%	10%	11%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=7.07, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Oui certainement	73%	68%	70%	69%	67%
Oui, sous condition	22%	20%	21%	18%	24%
Non, certainement pas	6%	12%	9%	13%	9%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=11.25, ddl=8, p < 0.5 (Peu significatif)

/ PAGE 14 du questionnaire en ligne

1397 interviewés (susceptibles d'amener leurs enfants aux ateliers « découvertes »)

Question 19/25

Plus précisément, parmi les types d'ateliers créatifs ci-dessous, lesquels vous intéresseraient pour votre/vos enfant(s) ?

(Classez les types d'ateliers suivants de 1 à 8 : 1 étant votre atelier préféré, et 8 celui qui vous intéresse le moins)

Présentation Effectif global

	Eff (R1)	%	Eff (R2)	%	Eff (R3)	%	Eff (R4)	%	Eff (R5)	%	Eff (R6)	%	Eff (R7)	%	Eff (R8)	%
Dessin, peinture	310	22%	240	17%	218	16%	171	12%	142	10%	138	10%	100	7%	78	6%
Cuisine créative	233	17%	205	15%	167	12%	170	12%	168	12%	163	12%	171	12%	120	9%
Modelage, sculpture, mosaïque	157	11%	232	17%	256	18%	209	15%	217	16%	155	11%	123	9%	48	3%
Modélisme	139	10%	90	6%	101	7%	111	8%	174	12%	187	13%	214	15%	381	27%
Bijoux, perles, bracelets	246	18%	184	13%	155	11%	126	9%	118	8%	108	8%	146	10%	314	22%
Décoration d'objets (bois, carton...)	195	14%	237	17%	263	19%	255	18%	175	13%	145	10%	91	7%	36	3%
Cartonnage	41	3%	97	7%	109	8%	197	14%	240	17%	260	19%	257	18%	196	14%
Origami (l'art de plier le papier)	76	5%	112	8%	128	9%	158	11%	163	12%	241	17%	295	21%	224	16%
TOTAL	1397		1397		1397		1397		1397		1397		1397		1397	

Exemple de lecture : 22% des interviewés ont classé le thème « Dessin, peinture » en 1^{er} choix. 17% l'ont classé en 2^{ème} choix.

Rang Moyen

	Rang Moyen
1 Dessin, peinture	3,57
2 Décoration d'objets (bois, carton...)	3,69
3 Modelage, sculpture, mosaïque	3,93
4 Cuisine créative	4,15
5 Bijoux, perles, bracelets	4,55
6 Origami (l'art de plier le papier)	5,32
7 Cartonnage	5,35
8 Modélisme	5,44

Question 20/25

S'il y a d'autres types d'ateliers qui pourraient vous intéresser pour votre/vos enfant(s), veuillez les indiquer ci-dessous svp :

Cf. Fichier Excel

Question 21/25

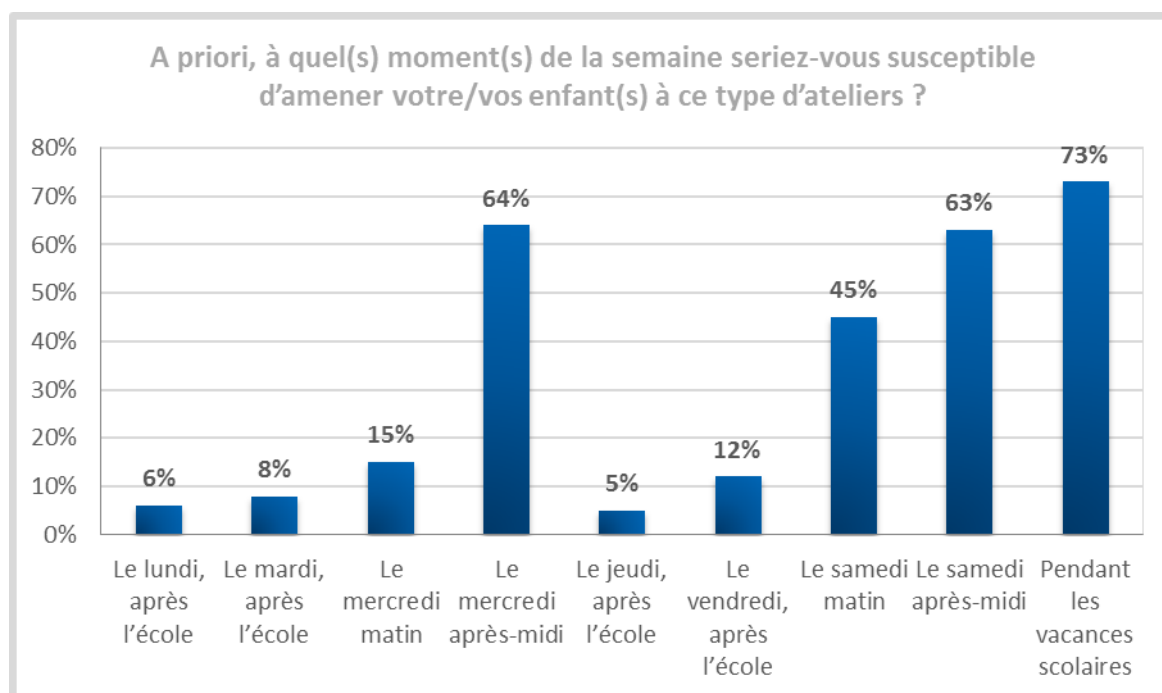
A priori, à quel(s) moment(s) de la semaine seriez-vous susceptible d'amener votre/vos enfant(s) à ce type d'ateliers ?

(Plusieurs réponses possibles)

Je pourrais y amener mon/mes enfant(s)...

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Le lundi, après l'école	87	6%
Le mardi, après l'école	106	8%
Le mercredi matin	215	15%
Le mercredi après-midi	889	64%
Le jeudi, après l'école	69	5%
Le vendredi, après l'école	169	12%
Le samedi matin	631	45%
Le samedi après-midi	880	63%
Pendant les vacances scolaires	1015	73%
TOTAL	1397	



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Le lundi, après l'école	6%	6%
Le mardi, après l'école	6%	8%
Le mercredi matin	17%	15%
Le mercredi après-midi	61%	64%
Le jeudi, après l'école	5%	5%
Le vendredi, après l'école	13%	12%
Le samedi matin	52%	44%
Le samedi après-midi	63%	63%
Pendant les vacances scolaires	71%	73%
TOTAL	295%	290%

Khi2=5.38, ddl=8, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Le lundi, après l'école	8%	5%	5%
Le mardi, après l'école	9%	8%	6%
Le mercredi matin	20%	15%	11%
Le mercredi après-midi	63%	63%	64%
Le jeudi, après l'école	7%	5%	3%
Le vendredi, après l'école	13%	12%	11%
Le samedi matin	49%	48%	40%
Le samedi après-midi	61%	63%	64%
Pendant les vacances scolaires	73%	72%	73%
TOTAL	304%	292%	277%

Khi2=31.53, ddl=16, p < 0.05 (Significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Le lundi, après l'école	7%	7%	5%
Le mardi, après l'école	9%	7%	7%
Le mercredi matin	12%	17%	16%
Le mercredi après-midi	64%	61%	69%
Le jeudi, après l'école	6%	5%	4%
Le vendredi, après l'école	12%	13%	10%
Le samedi matin	46%	48%	37%
Le samedi après-midi	61%	65%	61%
Pendant les vacances scolaires	69%	72%	78%
TOTAL	285%	295%	286%

Khi2=20.55, ddl=16, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Le lundi, après l'école	9%	6%	6%	4%	5%
Le mardi, après l'école	11%	8%	7%	5%	6%
Le mercredi matin	20%	16%	13%	9%	16%
Le mercredi après-midi	61%	62%	70%	53%	65%
Le jeudi, après l'école	6%	5%	4%	4%	5%
Le vendredi, après l'école	15%	11%	13%	7%	12%
Le samedi matin	47%	46%	43%	44%	46%
Le samedi après-midi	70%	57%	65%	66%	60%
Pendant les vacances scolaires	78%	75%	71%	74%	68%
TOTAL	318%	285%	291%	267%	283%

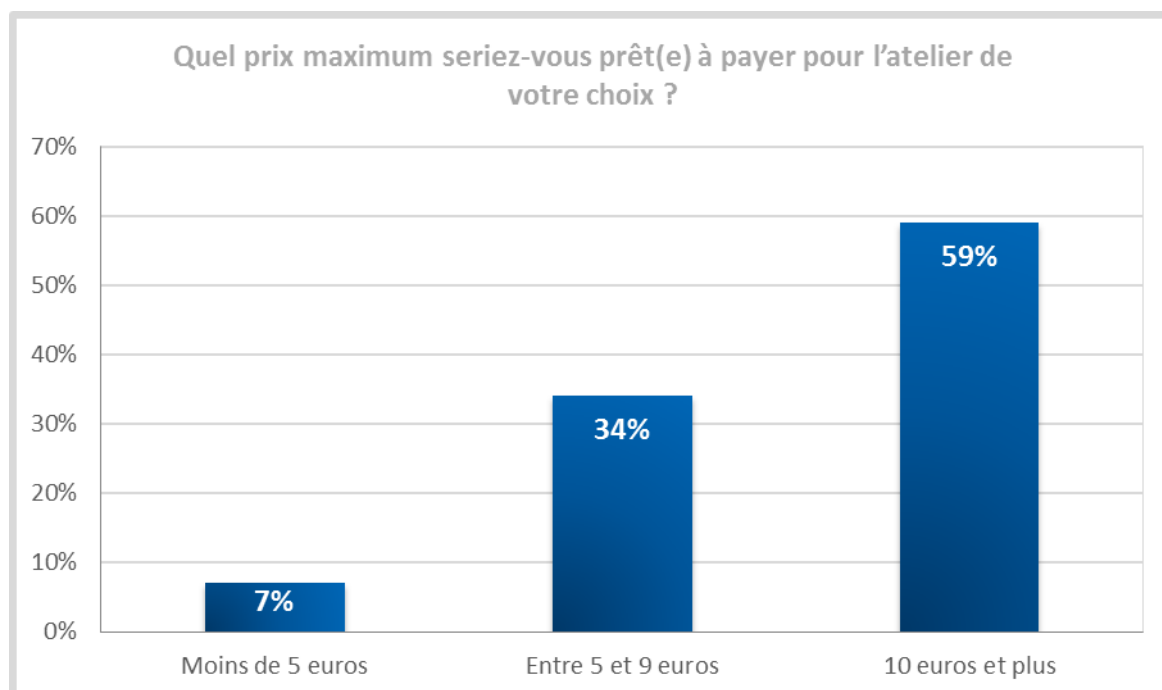
Khi2=30.48, ddl=32, p < 0.9 (Pas significatif)

Question 22/25

Quel prix maximum seriez-vous prêt(e) à payer pour l'atelier de votre choix ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Moins de 5 euros	100	7%
Entre 5 et 9 euros	470	34%
10 euros et plus	827	59%
TOTAL	1397	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Moins de 5 euros	6%	7%
Entre 5 et 9 euros	34%	34%
10 euros et plus	59%	59%
TOTAL	100%	100%

Khi2=0.3, ddl=2, p < 0.9 (Pas significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Moins de 5 euros	7%	8%	6%
Entre 5 et 9 euros	35%	36%	31%
10 euros et plus	57%	56%	63%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=5.87, ddl=4, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Moins de 5 euros	5%	7%	9%
Entre 5 et 9 euros	31%	32%	41%
10 euros et plus	64%	60%	50%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=15.07, ddl=4, p < 0.005 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Moins de 5 euros	5%	7%	9%	4%	9%
Entre 5 et 9 euros	20%	35%	41%	42%	31%
10 euros et plus	76%	58%	50%	54%	60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=50.19, ddl=8, p < 0.001 (Très significatif)

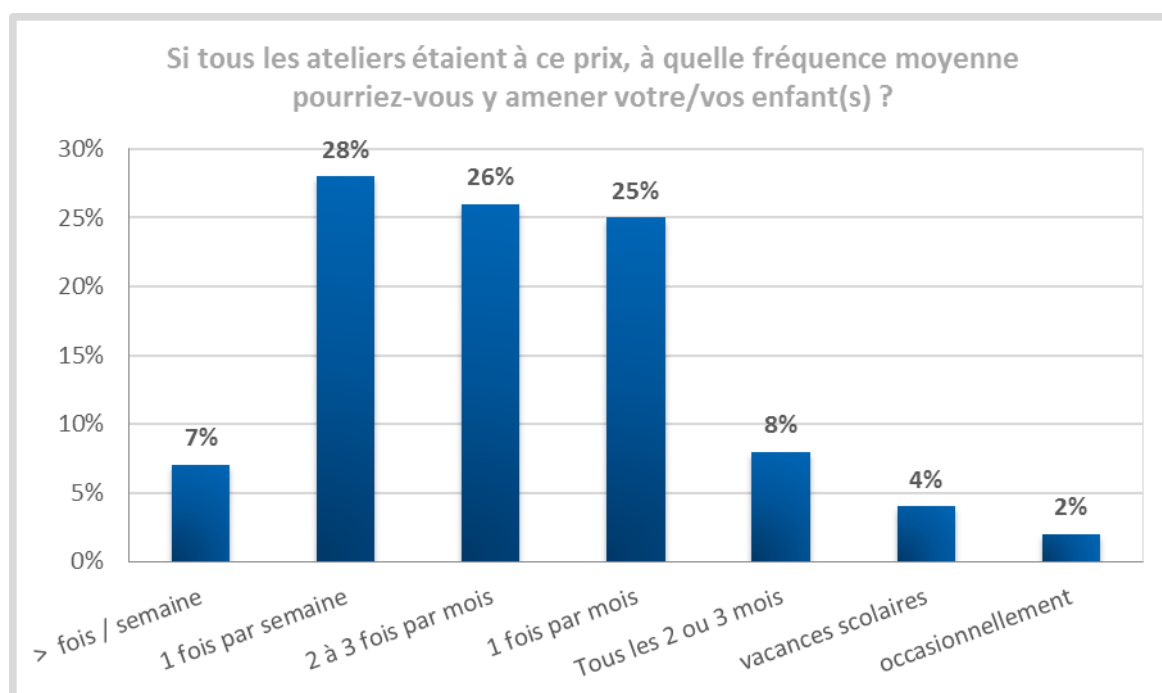
Question 23/25

Si tous les ateliers étaient à ce prix, à quelle fréquence moyenne pourriez-vous y amener votre/vos enfant(s) ?

Je pourrais y amener mon/mes enfant(s)...

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Plusieurs fois par semaine	95	7%
1 fois par semaine	397	28%
2 à 3 fois par mois	359	26%
1 fois par mois	349	25%
Tous les 2 ou 3 mois	110	8%
Seulement pendant les vacances scolaires	56	4%
Plus occasionnellement	31	2%
TOTAL	1397	100%



Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Plusieurs fois par semaine	6%	7%
1 fois par semaine	32%	28%
2 à 3 fois par mois	30%	25%
1 fois par mois	23%	25%
Tous les 2 ou 3 mois	5%	8%
Seulement pendant les vacances scolaires	2%	4%
Plus occasionnellement	2%	2%
TOTAL	100%	100%

Khi2=9.19, ddl=6, p < 0.5 (Peu significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'âge des interviewés

	De 20 à 34 ans	De 35 à 39 ans	40 ans et plus
Plusieurs fois par semaine	9%	5%	5%
1 fois par semaine	27%	24%	32%
2 à 3 fois par mois	27%	26%	24%
1 fois par mois	24%	27%	24%
Tous les 2 ou 3 mois	8%	11%	5%
Seulement pendant les vacances scolaires	2%	4%	6%
Plus occasionnellement	2%	3%	3%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=35.12, ddl=12, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de la CSP des interviewés

	CSP+	CSP-	Inactifs
Plusieurs fois par semaine	4%	5%	13%
1 fois par semaine	28%	28%	31%
2 à 3 fois par mois	24%	26%	26%
1 fois par mois	26%	27%	19%
Tous les 2 ou 3 mois	9%	9%	5%
Seulement pendant les vacances scolaires	5%	3%	5%
Plus occasionnellement	3%	2%	2%
TOTAL	100%	100%	100%

Khi2=36.69, ddl=12, p < 0.001 (Très significatif)

Analyse des réponses en fonction de l'UDA des interviewés

	Ile De France	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
Plusieurs fois par semaine	10%	5%	7%	1%	8%
1 fois par semaine	24%	27%	31%	31%	30%
2 à 3 fois par mois	30%	25%	26%	24%	23%
1 fois par mois	20%	28%	26%	30%	22%
Tous les 2 ou 3 mois	9%	8%	7%	4%	10%
Seulement pendant les vacances scolaires	3%	5%	3%	5%	5%
Plus occasionnellement	3%	2%	1%	3%	3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Khi2=33.76, ddl=24, p < 0.1 (Peu fiable. Valeurs théoriques inférieures à 5)

Question 24/25

Globalement, qu'attendriez-vous de ces ateliers créatifs pour enfants ?

Cf. Fichier Excel

Question 25/25

Enfin, si vous avez des remarques, suggestions et/ou idées à soumettre au créateur de ce nouveau magasin spécialisé, veuillez les indiquer ci-dessous svp :

Cf. Fichier Excel

/ PROFIL DES REpondANTS

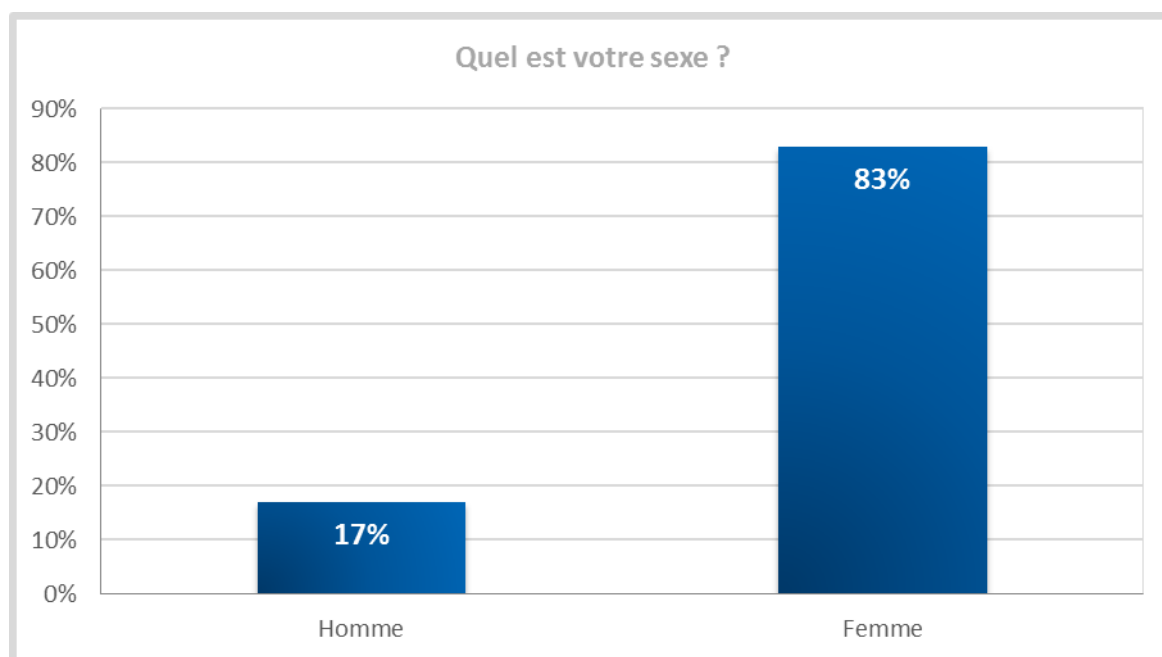
1604 interviewés

Quel est votre sexe ?

Présentation Effectif global

La répartition par Sexe (H/F) a fait l'objet d'un déséquilibre forcé pour cette étude, afin d'obtenir un échantillon très majoritairement féminin (cœur de cible du projet).

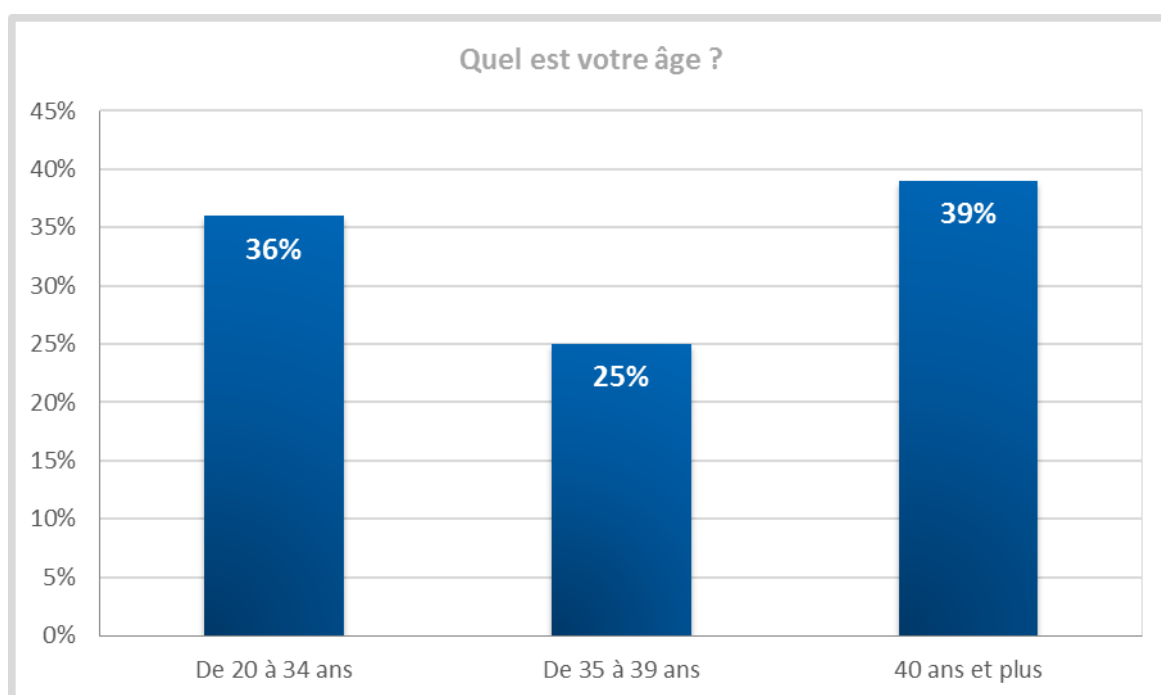
	Effectifs	Fréquence
Homme	280	17%
Femme	1324	83%
TOTAL	1604	100%



Quel est votre âge ?

Présentation Effectif global

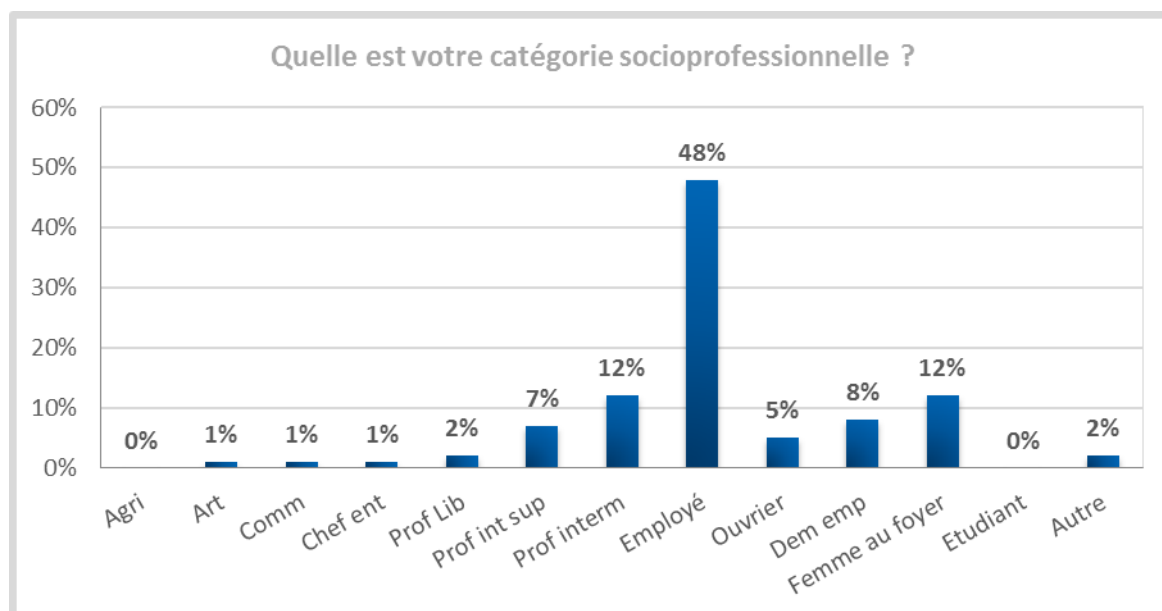
	Effectifs	Fréquence
De 20 à 34 ans	579	36%
De 35 à 39 ans	404	25%
40 ans et plus	621	39%
TOTAL	1604	100%



Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

Présentation Effectif global

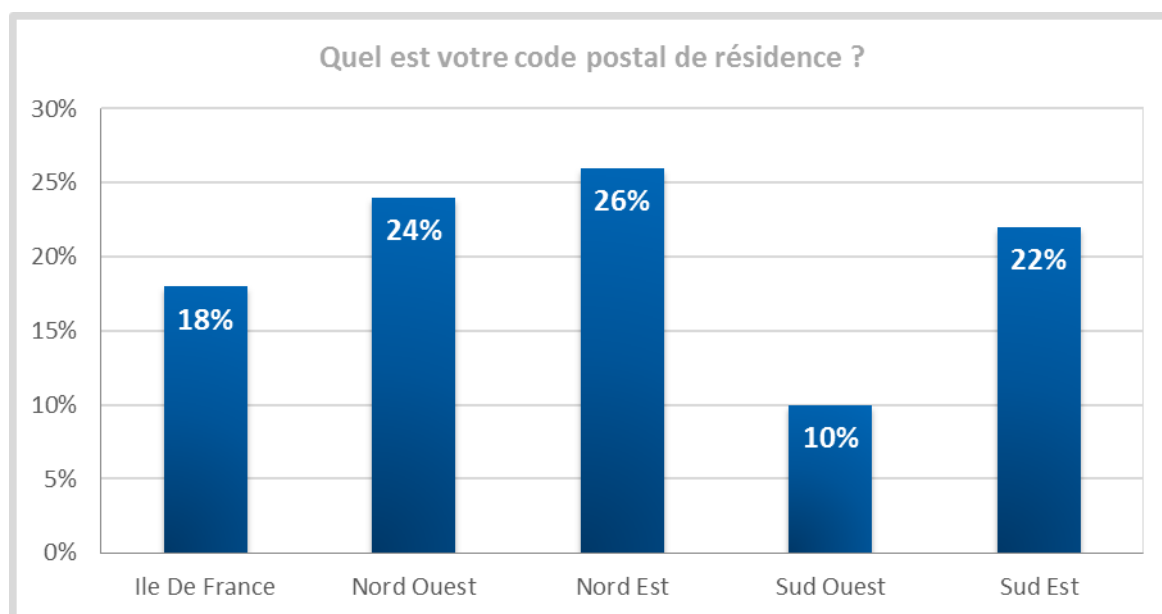
	Effectifs	Fréquence
Agriculteur	3	0%
Artisan	23	1%
Commerçant	15	1%
Chef d'entreprise	13	1%
Profession Libérale	33	2%
Cadre ou profession intellectuelle supérieur	111	7%
Profession intermédiaire	197	12%
Employé	771	48%
Ouvrier	76	5%
Demandeur d'emploi	133	8%
Homme ou Femme au foyer	195	12%
Etudiant, lycéen	6	0%
Autre	28	2%
TOTAL	1604	100%



Quel est votre code postal de résidence ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Ile De France	290	18%
Nord Ouest	386	24%
Nord Est	422	26%
Sud Ouest	160	10%
Sud Est	346	22%
TOTAL	1604	100%



Cf. Fichier Excel

Ensemble des Codes Postaux des interviewés (*en dernière colonne du fichier*)

Annexe

Méthodologie de Calcul du Khi^2 Test de Contingence

Exemple de l'Etude N°1139 - Boutique dédiée à la cuisine

Question 1/15

Aimez-vous cuisiner ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Beaucoup	1277	35%
Plutôt	1148	31%
Un peu	803	22%
Pas du tout	422	12%
TOTAL	3650	100%

Analyse des réponses en fonction du sexe des interviewés

	Homme	Femme
Beaucoup	26%	37%
Plutôt	28%	32%
Un peu	25%	21%
Pas du tout	21%	9%
TOTAL	100%	100%

Khi²=97.52, ddl=3, p < 0.001 (Très significatif) : cf. explications ci-dessous

Quel est votre sexe ?

Présentation Effectif global

	Effectifs	Fréquence
Homme	744	20%
Femme	2906	80%
TOTAL	3650	100%

Calcul du Khi² :

Effectifs observés

Nombre total de répondants.

	Homme	Femme	Total
Beaucoup	194*	1083*	1277*
Plutôt	207	941	1148
Un peu	189	614	803
Pas du tout	154	268	422
TOTAL	744	2906	3650

* Lecture : **194** Hommes et **1083** Femmes ont coché l'item « Beaucoup », soit **1277** répondants au total.

Effectifs Théoriques

	Homme	Femme	Total
Beaucoup	260*	1017	1277
Plutôt	234	914	1148
Un peu	164	639	803
Pas du tout	86	336	422
TOTAL	744	2906	3650

* Calcul (à partir des effectifs observés) :
 $[\text{Total en ligne (1277)} * \text{Total en colonne (744)}] / [\text{Nombre total d'observations (3650)}]$
 Soit : $(1277 * 744) / 3650 = 260$

Ecart à l'indépendanceIndicateur du Khi².

	Homme	Femme	Total
Beaucoup	17*	4	21
Plutôt	3	1	4
Un peu	4	1	5
Pas du tout	54	14	67
TOTAL	78	20	98*

* Calcul de l'indicateur du khi² :
$$[\text{Effectifs observés (194)} - \text{Effectifs théoriques (260)}] * [\text{Effectifs observés (194)} - \text{Effectifs théoriques (260)}] / [\text{Effectifs théoriques (260)}]$$
Soit $(194-260) * (194-260) / 260 = 17$ Indicateur du Khi² = **98** (Total en ligne ou Total en colonne)**Degré de liberté (ddl)**

Calcul du ddl : (Nombre de lignes – 1) * (Nombre de colonnes – 1)

Soit $(4-1) * (2-1) = 3$

Table du Khi²

ddl = 3

Le tableau donne x tel que $P(K > x) = p$

p	0,999	0,995	0,99	0,98	0,95	0,9	0,8	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,005	0,001
ddl														
1	0,0000	0,0000	0,0002	0,0006	0,0039	0,0158	0,0642	1,6424	2,7055	3,8415	5,4119	6,6349	7,8794	10,8276
2	0,0020	0,0100	0,0201	0,0404	0,1026	0,2107	0,4463	3,2189	4,6052	5,9915	7,8240	9,2103	10,5966	13,8155
3	0,0243	0,0717	0,1148	0,1848	0,3518	0,5844	1,0052	4,6416	6,2514	7,8147	9,8374	11,3449	12,8382	16,2662
4	0,0908	0,2070	0,2971	0,4294	0,7107	1,0636	1,6488	5,9886	7,7794	9,4877	11,6678	13,2767	14,8603	18,4668
5	0,2102	0,4117	0,5543	0,7519	1,1455	1,6103	2,3425	7,2893	9,2364	11,0705	13,3882	15,0863	16,7496	20,5150
6	0,3811	0,6757	0,8721	1,1344	1,6354	2,2041	3,0701	8,5581	10,6446	12,5916	15,0332	16,8119	18,5476	22,4577
7	0,5985	0,9893	1,2390	1,5643	2,1673	2,8331	3,8223	9,8032	12,0170	14,0671	16,6224	18,4753	20,2777	24,3219
8	0,8571	1,3444	1,6465	2,0325	2,7326	3,4895	4,5936	11,0301	13,3616	15,5073	18,1682	20,0902	21,9550	26,1245
9	1,1519	1,7349	2,0879	2,5324	3,3251	4,1682	5,3801	12,2421	14,6837	16,9190	19,6790	21,6660	23,5894	27,8772
10	1,4787	2,1559	2,5582	3,0591	3,9403	4,8652	6,1791	13,4420	15,9872	18,3070	21,1608	23,2093	25,1882	29,5883
11	1,8339	2,6032	3,0535	3,6087	4,5748	5,5778	6,9887	14,6314	17,2750	19,6751	22,6179	24,7250	26,7568	31,2641
12	2,2142	3,0738	3,5706	4,1783	5,2260	6,3038	7,8073	15,8120	18,5493	21,0261	24,0540	26,2170	28,2995	32,9095
13	2,6172	3,5650	4,1069	4,7654	5,8919	7,0415	8,6339	16,9848	19,8119	22,3620	25,4715	27,6882	29,8195	34,5282
14	3,0407	4,0747	4,6604	5,3682	6,5706	7,7895	9,4673	18,1508	21,0641	23,6848	26,8728	29,1412	31,3193	36,1233
15	3,4827	4,6009	5,2293	5,9849	7,2609	8,5468	10,3070	19,3107	22,3071	24,9958	28,2595	30,5779	32,8013	37,6973
16	3,9416	5,1422	5,8122	6,6142	7,9616	9,3122	11,1521	20,4651	23,5418	26,2962	29,6332	31,9999	34,2672	39,2524
17	4,4161	5,6972	6,4078	7,2550	8,6718	10,0852	12,0023	21,6146	24,7690	27,5871	30,9950	33,4087	35,7185	40,7902
18	4,9048	6,2648	7,0149	7,9062	9,3905	10,8649	12,8570	22,7595	25,9894	28,8693	32,3462	34,8053	37,1565	42,3124
19	5,4068	6,8440	7,6327	8,5670	10,1170	11,6509	13,7158	23,9004	27,2036	30,1435	33,6874	36,1909	38,5823	43,8202
20	5,9210	7,4338	8,2604	9,2367	10,8508	12,4426	14,5784	25,0375	28,4120	31,4104	35,0196	37,5662	39,9968	45,3147
21	6,4467	8,0337	8,8972	9,9146	11,5913	13,2396	15,4446	26,1711	29,6151	32,6706	36,3434	38,9322	41,4011	46,7970
22	6,9830	8,6427	9,5425	10,6000	12,3380	14,0415	16,3140	27,3015	30,8133	33,9244	37,6595	40,2894	42,7957	48,2679
23	7,5292	9,2604	10,1957	11,2926	13,0905	14,8480	17,1865	28,4288	32,0069	35,1725	38,9683	41,6384	44,1813	49,7282
24	8,0849	9,8862	10,8564	11,9918	13,8484	15,6587	18,0618	29,5533	33,1962	36,4150	40,2704	42,9798	45,5585	51,1786
25	8,6493	10,5197	11,5240	12,6973	14,6114	16,4734	18,9398	30,6752	34,3816	37,6525	41,5661	44,3141	46,9279	52,6197
26	9,2221	11,1602	12,1981	13,4086	15,3792	17,2919	19,8202	31,7946	35,5632	38,8851	42,8558	45,6417	48,2899	54,0520
27	9,8028	11,8076	12,8785	14,1254	16,1514	18,1139	20,7030	32,9117	36,7412	40,1133	44,1400	46,9629	49,6449	55,4760
28	10,3909	12,4613	13,5647	14,8475	16,9279	18,9392	21,5880	34,0266	37,9159	41,3371	45,4188	48,2782	50,9934	56,8923
29	10,9861	13,1211	14,2565	15,5745	17,7084	19,7677	22,4751	35,1394	39,0875	42,5570	46,6927	49,5879	52,3356	58,3012
30	11,5880	13,7867	14,9535	16,3062	18,4927	20,5992	23,3641	36,2502	40,2560	43,7730	47,9618	50,8922	53,6720	59,7031
40	17,9164	20,7065	22,1643	23,8376	26,5093	29,0505	32,3450	42,2685	51,8051	55,7585	60,4361	63,6907	66,7660	73,4020
50	24,6739	27,9907	29,7067	31,6639	34,7643	37,6886	41,4492	58,1638	63,1671	67,5048	72,6133	76,1539	79,4900	86,6608
60	31,7383	35,5345	37,4849	39,6994	43,1880	46,4589	50,6406	68,9721	74,3970	79,0819	84,5799	88,3794	91,9517	99,6072
70	39,0364	43,2752	45,4417	47,8934	51,7393	55,3289	59,8978	79,7146	85,5270	90,5312	96,3875	100,4252	104,2149	112,3169
80	46,5199	51,1719	53,5401	56,2128	60,3915	64,2778	69,2069	90,4053	96,5782	101,8795	108,0693	112,3288	116,3211	124,8392
90	54,1552	59,1963	61,7541	64,6347	69,1260	73,2911	78,5584	101,0537	107,5650	113,1453	119,6485	124,1163	128,2989	137,2084
100	61,9179	67,3276	70,0649	73,1422	77,9295	82,3581	87,9453	111,6667	118,4980	124,3421	131,1417	135,8067	140,1695	149,4493
120	77,7551	83,8516	86,9233	90,3667	95,7046	100,6236	106,8056	132,8063	140,2326	146,5674	153,9182	158,9502	163,6482	173,6174
140	93,9256	100,6548	104,0344	107,8149	113,6593	119,0293	125,7581	153,8537	161,8270	168,6130	176,4709	181,8403	186,8468	197,4508
160	110,3603	117,6793	121,3456	125,4400	131,7561	137,5457	144,7834	174,8283	183,3106	190,5165	198,8464	204,5301	209,8239	221,0190
180	127,0111	134,8844	138,8204	143,2096	149,9688	156,1526	163,8682	195,7434	204,7037	212,3039	221,0772	227,0561	232,6198	244,3705
200	143,8428	152,2410	156,4320	161,1003	168,2786	174,8353	183,0028	216,6088	226,0210	233,9943	243,1869	249,4451	255,2642	267,5405
250	186,5541	196,1606	200,9386	206,2490	214,3916	221,8059	231,0128	268,5986	279,0504	287,8815	298,0388	304,9396	311,3462	324,8324
300	229,9634	240,6634	245,9725	251,8637	260,8781	269,0679	279,2143	320,3971	331,7885	341,3951	352,4246	359,9064	366,8444	381,4252
400	318,2596	330,9028	337,1553	344,0781	354,6410	364,2074	376,0218	423,5895	436,6490	447,6325	460,2108	468,7245	476,6064	493,1318
500	407,9470	422,3034	429,3875	437,2194	449,1468	459,9261	473,2099	526,4014	540,9303	553,1268	567,0698	576,4928	585,2066	603,4460
600	498,6229	514,5289	522,3651	531,0191	544,1801	556,0560	570,6680	628,9433	644,8004	658,0936	673,2703	683,5156	692,9816	712,7712
700	590,0480	607,3795	615,9075	625,3175	639,6130	652,4973	668,3308	731,2805	748,3591	762,6607	778,9721	789,9735	800,1314	821,3468
800	682,0665	700,7250	709,8969	720,0107	735,3623	749,1852	766,1555	833,4557	851,6712	866,9114	884,2789	895,9843	906,7862	929,3289
900	774,5698	794,4750	804,2517	815,0267	831,3702	846,0746	864,1125	935,4987	954,7819	970,9036	989,2631	1001,6296	1013,0364	1036,8260

Lecture : pour ddl = 3 et p = 0.001, l'indicateur du Khi² = 16,2662

p correspondant à la marge d'erreur (si p = 0,001, la marge d'erreur est de 0,1% et le test est donc fiable à 99,9%).

Avec indicateur du Khi² = 98, on a p < 0.001 (car 98 > 16,2662)

Dans notre cas, la marge d'erreur est inférieure à 0,1% ($p < 0.001$), car la valeur maximale de l'indicateur du Khi^2 dans la table (pour $\text{ddl} = 3$) est de 16,2662 (cf dans la table du Khi^2 : colonne $p = 0.001$).

98 étant supérieur à 16,2662, p est inférieur à 0.001.

La marge d'erreur étant inférieure à 0,1% ($p < 0.001$), le test du Khi^2 est très significatif

Ainsi : $\text{Khi}^2=97.52$ (arrondi à 98 dans le calcul)