



MINISTÈRE
DE LA MODERNISATION
DE L'ADMINISTRATION,
*en charge de l'énergie
et du numérique*

N° 19.506 / MAE / DGEN

DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ÉCONOMIE
NUMÉRIQUE

PAPEETE, le

14 JUIN 2019

DOCUMENT DE CONSULTATION

« ENQUÊTES SUR LES USAGES DU NUMÉRIQUE DANS LES MÉNAGES ET LES ENTREPRISES EN POLYNÉSIE FRANÇAISE »

PRINCIPES DE LA CONSULTATION

Nom et adresse officiels du service administratif acheteur : Direction générale de l'économie numérique – DGEN – Immeuble Toriki au 1^{er} étage – Rue Dumont D'Urville à Papeete - Tahiti

Karl TEFAATAU, Chef de service de la DGEN, karl.tefaatau@dgen.gov.pf

Objet du marché en procédure adaptée : Réalisation de deux enquêtes sur les usages du numérique dans les ménages et les entreprises en Polynésie française.

Catégorie de services :

- Classification CPV (Vocabulaire Commun des Marchés) : 79311300-0
- Lieu d'exécution et de livraison : Papeete – Tahiti

Caractéristiques principales :

- Type de procédure : Marché en procédure adaptée inférieure à 15 000 000 XPF
- Forme de marché : Attribution d'un marché unique
- Prestations divisées en lots : non
- Durée du marché ou délai d'exécution : 4 mois à compter de la notification du marché
- Modalités essentielles de financement/paiement : Prestations réglées par un prix global forfaitaire - Prix fermes.
- Langues pouvant être utilisées dans l'offre ou la candidature : français
- Unité monétaire utilisée : Francs CFP

Planning :

- Avis de consultation : le 14 juin 2019
- Date limite de transmission des offres : le 8 juillet 2019 à 10 heures
- Fin de l'analyse des offres : le 11 juillet 2019
- Réunions techniques - Choix définitif : le 12 juillet 2019

La proposition sera réalisée au format PowerPoint et devra comprendre a minima les éléments suivants :

- Compréhension du contexte et des enjeux ;
- Démarche proposée ;
- Méthodologie retenue ;
- Planning faisant apparaître les différentes phases de l'étude ;
- Equipe et partenaire(s) retenu(s) pour la collecte d'information et analyse des données ;
- Budget ;
- Références significatives (missions et secteurs d'activité similaires) ;
- Délais.

Critères d'attribution :

- Pas d'enchère électronique
- Offre économiquement la plus avantageuse
- A la remise des offres la DGEN pourra engager des négociations avec les soumissionnaires ayant remis les offres économiquement les plus avantageuses au regard des critères définis dans le présent document de consultation. Cette négociation pourra porter sur tous les éléments de l'offre, notamment sur le prix.

Les offres seront appréciées en fonction des 4 critères suivants :

Critères d'évaluation des offres	Nombre de points
Services d'analyses et d'enquêtes qui répond au document de consultation	/20
Expertise de l'équipe proposée	/20
Montant de la prestation : Prix acceptables, prix forfaitaire	/40
Capacités logistiques (adaptabilité, délais de réalisation et livraison, ...)	/20
TOTAL	/100

Ces enquêtes doivent permettre au gouvernement de la Polynésie française de mesurer et comparer le niveau d'activité des usages du numérique en Polynésie française sur plusieurs années.

Les objectifs de cette prestation de service sont :

- d'effectuer un suivi des indicateurs identifiés en 2014 puis 2017,
- de connaître et de mesurer les usages du numérique dans les familles et les entreprises polynésiennes.

Les travaux attendus pour ces deux enquêtes sont :

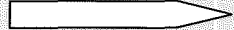
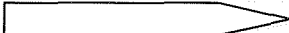


- La collecte des données auprès des 2 cibles retenues (entreprises et ménages) au travers de campagnes d'appel ;
- Le traitement et analyse des données recueillies ;
- La mise en forme des résultats obtenus, analyse comprises ;
- Un rapport de présentation de type Power point intégrant le périmètre et l'objet de l'étude, la synthèse des résultats-clés, et la présentation par indicateur.

Le prestataire retenu s'attachera, a minima, à respecter le planning mentionné dans ce document de consultation.

Par ailleurs, il pourra externaliser la phase de collecte des données, mais il restera responsable et sera le seul interlocuteur.

Durée et délai d'exécution du marché

- Le marché prend effet à compter de sa signature.
- Le marché est conclu pour une durée de 4 mois à compter de sa notification dont l'échéance prévisionnelle est fixée au 15 juillet 2019.
- Les résultats et le rapport de présentation devront être transmis au plus tard le 15 novembre 2019.

ETAPES	M	M+1	M+2	M+3
Préparation				
Collecte infos				
Analyse données				
Rapport de présentation				

***DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES :
LUNDI 08 JUILLET 2019 A 10 H 00***

Pour tout renseignement administratif et technique, veuillez prendre l'attache de :

- Tevaite PUGIN, tevaite.pugin@dgen.gov.pf
- Eric BOURGEOIS, eric.bourgeois@dgen.gov.pf

Par CSP et âge pour les ménages :

- Le prestataire retenu s'attachera également à présenter le protocole de collecte, d'analyse des données et le plan de sondage ;
- Le format de restitution attendu est un rapport de présentation au format Powerpoint ;
- La cible retenue est le grand public : ménages/individus.
- Taille de l'échantillon : 1 000 ménages

Les résultats d'enquête devront notamment contenir les éléments suivants :

Ménage

1. Commune de résidence

1.1. Archipel de résidence

1.1.1. IDV

1.1.2. ISV

1.1.3. Autres archipels (préciser)

1.2. Taille de la commune

1.2.1. Moins de 2000 habitants

1.2.2. De 2000 à 10000 habitants

1.2.3. Plus de 10000 habitants

2. Nature de la ligne

2.1. Ligne fixe

2.1.1. Ligne cuivre

2.1.2. Fibre

2.2. Mobile seulement

3. Positionnement de l'individu interrogé : Sexe, Age, CSP, Etudes, Revenus

A - Equipement des ménages

➤ **Téléphonie mobile**

4. Nombre de personnes disposant d'un mobile dans le ménage

5. Nombre d'enfants par tranche d'âge disposant d'un mobile

5.1. Enfants de 15 à 18 ans

5.2. Enfants de 11 à 14 ans

5.3. Enfants de moins de 11 ans

6. Quel type de téléphone portable ?

6.1. Téléphone mobile classique

6.2. Smartphone

6.2.1. Abonnement standard

6.2.2. Abonnement Internet Mobile (3G/4G)

6.2.2.1. OS Windows

6.2.2.2. OS Android

6.2.2.3. IOS (Apple)

6.3. Profil par type d'équipement (âge, CSP, zone urbaine/zone rurale)

➤ **Equipement foyer**

7. Présence de matériels numériques et leur utilisation

7.1. Taux d'équipement en ordinateur fixe

7.1.1. Taux d'équipement en ordinateur fixe des étudiants

7.2. Taux d'équipement en ordinateur portable

7.2.1. Taux d'équipement en ordinateur portable des étudiants

7.3. Taux d'équipement en tablette

7.4. Taux d'équipement en console de jeux

7.5. Taux d'équipement en télévision et périphériques audiovisuels

7.5.1. Télévision connectée

7.5.2. Box ou clé (Vini Box, Apple TV, Chromecast,...)

7.5.3. Boitier TNS

7.6. Nombre de poste de télévision par foyer ?

8. Abonnement à un bouquet de chaînes payantes

➤ **Taux de pénétration d'Internet dans le foyer**

9. Présence d'un accès Internet :

9.1. fixe à domicile

9.2. mobile à domicile

9.3. Aucun accès à Internet

10. Type de connexion Internet

10.1. ADSL

10.2. Internet fixe sans fil

10.3. Fibre

11. Raisons de l'absence de connexion Internet

11.1. Equipements trop chers

11.2. Abonnement trop chers

11.3. Pas intéressé / pas d'utilité

B - Comportement et usages d'Internet

➤ **Contexte polynésien**

12. Taux d'internautes global et par lieu géographique

12.1. Maison

12.2. Ecole

12.3. Proche/famille

13. Nombre d'enfants selon tranche d'âge utilisant Internet

13.1. Enfants de 15 à 18 ans

- 13.2. Enfants de 11 à 14 ans
- 13.3. Enfants de moins de 11 ans

14. Durée de connexion à Internet

- 14.1. Jamais
- 14.2. Moins d'une heure par semaine
- 14.3. Moins d'une heure par jour
- 14.4. Entre 1 à 3 heures par jour
- 14.5. Plus de 3 heures par jour
- 14.6. De façon permanente

15. Durée d'utilisation d'Internet

- 15.1. Jamais
- 15.2. Moins d'une heure par semaine
- 15.3. Moins d'une heure par jour
- 15.4. Entre 1 à 3 heures par jour
- 15.5. Plus de 3 heures par jour
- 15.6. De façon permanente

16. Raisons de non utilisation d'Internet

- 16.1. Cela ne m'intéresse pas
- 16.2. C'est trop compliqué
- 16.3. C'est trop cher
- 16.4. Je suis trop âgé
- 16.5. Je n'ai pas le temps
- 16.6. Je n'ai personne pour m'expliquer
- 16.7. J'ai peur des problèmes de sécurité, des virus
- 16.8. Un proche fait les recherches sur Internet ou envoie des mails pour moi
- 16.9. Je suis contre Internet et tout ce qu'il représente
- 16.10. Il n'y a pas de contenus intéressants pour moi
- 16.11. Un handicap m'en empêche
- 16.12. Pour protéger les enfants de certains contenus
- 16.13. Je suis en cours d'apprentissage de l'informatique
- 16.14. Autre, précisez :

➤ **Utilisation des applications Internet**

17. Fréquence d'usage des applications Internet

(plus d'1 heure/jour, plus de 3 heures/jour, occasionnelle, jamais)

- 17.1. Courrier électronique
- 17.2. Messagerie instantannée
- 17.3. Réseaux sociaux
- 17.4. Recherche d'informations (actualités)

- 17.5. Recherche d'informations loisirs et culture
- 17.6. Recherche d'information (vie locale)
- 17.7. Consultation opérations bancaires
- 17.8. Téléphonie sur IP & visiophonie (Skype, Messenger, etc.)
- 17.9. Jeux en ligne

➤ **Utilisation de l'Internet**

18. Qui utilise Internet dans le ménage/foyer ?

- 18.1. Adultes
- 18.2. Enfants
- 18.3. Tous

19. Fréquences des différents usages pour les adultes du Ménage/Foyer (occasionnel, 1 fois/jour, 1 fois par semaine, plusieurs fois / jour, jamais)

- 19.1. Utiliser Internet pour rechercher des horaires, des tarifs, des coordonnées ou autres pour des sorties comme le cinéma, la maison de la culture,...
- 19.2. Ecouter de la musique en streaming (Deezer, Spotify,...)
- 19.3. Regarder des vidéos en streaming gratuit (YouTube, Vimeo, Dailymotion,...)
- 19.4. Regarder des vidéos en streaming payant ou par abonnement (Netflix, Amazon Prime,...)
- 19.5. Télécharger de la musique ou des vidéos
 - 19.5.1. Offre légale (Vidéo à la demande, iTunes,...)
 - 19.5.2. Offre illégale
- 19.6. Diffuser ses propres musiques, vidéos, photos, écrits sur les réseaux sociaux et des agrégateurs de contenus (YouTube, Instagram, Facebook,...)
- 19.7. Acheter sur des sites de vente en ligne
- 19.8. Lire de e-book et e-magazine
- 19.9. Lire la presse en ligne
 - 19.9.1. Presse gratuite en ligne (locale, nationale et internationale)
 - 19.9.2. Presse payante en ligne (locale, nationale et internationale)

20. Fréquences des différents usages pour les enfants du Ménage/Foyer (occasionnel, 1 heure/jour, 2 heures/jour, plus de 2 heures/jour, jamais)

- 20.1. Utiliser Internet pour rechercher des horaires, des tarifs, des coordonnées ou autres pour des sorties comme le cinéma, la maison de la culture,...
- 20.2. Ecouter de la musique en streaming (Deezer, Spotify,...)
- 20.3. Regarder des vidéos en streaming gratuit (YouTube, Vimeo, Dailymotion,...)
- 20.4. Regarder des vidéos en streaming payant ou par abonnement (Netflix, Amazon Prime,...)
- 20.5. Télécharger de la musique ou des vidéos
 - 20.5.1. Offre légale (Vidéo à la demande, iTunes,...)
 - 20.5.2. Offre illégale

- 20.6. Diffuser ses propres musiques, vidéos, photos, écrits sur les réseaux sociaux et des agrégateurs de contenus (YouTube, Instagram, Facebook,...)
- 20.7. Acheter sur des sites de vente en ligne
- 20.8. Lire de e-book et e-magazine
- 20.9. Lire la presse en ligne
 - 20.9.1. Presse gratuite en ligne (locale, nationale et internationale)
 - 20.9.2. Presse payante en ligne (locale, nationale et internationale)
- 21. Durée de visionnage par jour, pour les adultes du Ménage/Foyer (0 à 1 heure/jour, 1 à 2 heures/jour, plus de 2 heures/jour, jamais)
 - 21.1. La télévision traditionnelle
 - 21.2. Les programmes en streaming (vidéos-audios-réseaux sociaux) ou en téléchargement gratuit ou payant
- 22. Durée de visionnage par jour, pour les enfants du Ménage/Foyer (0 à 1 heure/jour, 1 à 2 heures/jour, plus de 2 heures/jour, jamais)
 - 22.1. La télévision traditionnelle
 - 22.2. Les programmes en streaming (vidéos-audios-réseaux sociaux) ou en téléchargement gratuit ou payant
- **Durée d'utilisation d'Internet**
- 23. Durée d'usage quotidien pour les adultes du Ménage/Foyer (jamais, occasionnel, 1 heure, 2 heures, + de 2 heures)
 - 23.1. Rechercher des horaires, des tarifs, des coordonnées ou autres pour des sorties comme le cinéma, la maison de la culture,...
 - 23.2. Ecoute de musique en streaming (Deezer, Spotify,...)
 - 23.3. Regarder de vidéos en streaming gratuit (YouTube, Vimeo, Dailymotion,...)
 - 23.4. Regarder de vidéos en streaming payant ou avec abonnement (Netflix, Amazon Prime,...)
 - 23.5. Téléchargement de musique ou de vidéos
 - 23.5.1. Offre légale (Vidéo à la demande, iTunes,...)
 - 23.5.2. Offre illégale
 - 23.6. Diffusion de ses propres musiques, vidéos, photos, écriture sur les réseaux sociaux et des agrégateurs de contenus (YouTube, Dailymotion,...)
 - 23.7. Achat sur des sites de vente en ligne
 - 23.8. Lecture de e-book
 - 23.9. Lecture de la presse en ligne
 - 23.9.1. Presse gratuite en ligne (Tahiti infos, La Dépêche de Tahiti,...)
 - 23.9.2. Presse payante en ligne (La Dépêche de Tahiti, grands quotidiens,...)
- 24. Durée d'usage quotidien pour les enfants du Ménage/Foyer (jamais, occasionnel, 1 heure, 2 heures, + de 2 heures)
 - 24.1. Rechercher des horaires, des tarifs, des coordonnées ou autres pour des sorties comme le cinéma, la maison de la culture,...
 - 24.2. Ecoute de musique en streaming (Deezer, Spotify,...)

- 24.3. Regarder de vidéos en streaming gratuit (YouTube, Vimeo, Dailymotion,...)
- 24.4. Regarder de vidéos en streaming payant ou avec abonnement (Netflix, Amazon Prime,...)
- 24.5. Téléchargement de musique ou de vidéos
 - 24.5.1. Offre légale (Vidéo à la demande, iTunes,...)
 - 24.5.2. Offre illégale
- 24.6. Diffusion de ses propres musiques, vidéos, photos, écriture sur les réseaux sociaux et des agrégateurs de contenus (YouTube, Dailymotion,...)
- 24.7. Achat sur des sites de vente en ligne
- 24.8. Lecture de e-book
- 24.9. Lecture de la presse en ligne
 - 24.9.1. Presse gratuite en ligne (Tahiti infos, La Dépêche de Tahiti,...)
 - 24.9.2. Presse payante en ligne (La Dépêche de Tahiti, grands quotidiens,...)

➤ **Achats en ligne**

25. Niveau de dépenses estimées

- 25.1. Taux d'achat en ligne (sur les 12 derniers mois)
- 25.2. Fréquence d'achat en ligne (semaine/mois/trimestre/an)

26. Type d'achats

- 26.1. Jeux
- 26.2. Musique
- 26.3. Informatique
- 26.4. Habillement
- 26.5. Jouets
- 26.6. Livres
- 26.7. Meubles
- 26.8. Cosmétiques
- 26.9. Pièces détachées
- 26.10. Autres (à préciser) :

27. Montant moyen annuel dépensé en ligne par type d'article

➤ **Pratiques du Web social**

28. Fréquences d'utilisation des réseaux sociaux (+1 heure/jour, 1 fois/jour, 1 fois/semaine, jamais)

- 28.1. Facebook
- 28.2. Twitter
- 28.3. Réseaux sociaux jeunesse : Tiki Tok, ... (à préciser)
- 28.4. LinkedIn
- 28.5. Instagram
- 28.6. Autres :

29. Contribution active aux réseaux sociaux

- 29.1. En proposant du contenu (écrits, photos, vidéo,...)
- 29.2. En recommandant des pages Internet ou des articles
- 29.3. En utilisant les boutons « j'aime » ou « partage »
- 29.4. En laissant des commentaires

30. Pratiques d'utilisation des réseaux sociaux

- 30.1. Utilisation des réseaux sociaux à titre professionnel durant son temps libre (oui, parfois, non)
- 30.2. Utilisation des réseaux sociaux à titre privé durant le temps de travail (oui, parfois, non car accès bloqué, non)

➤ **Internet en situation de mobilité**

31. Fréquence de connexion en situation de mobilité par type d'appareil (au moins 1 fois par jour, plusieurs fois par semaine, moins souvent)

- 31.1. Smartphone
- 31.2. Tablette
- 31.3. Ordinateur portable + clé 3G/4G

32. Durée de connexion à Internet par type d'appareil (Moins d'une heure par semaine, moins d'une heure par jour, entre 1 à 3 heures par jour, plus de 3 heures par jour, de façon permanente).

- 32.1. Smartphone
- 32.2. Tablette
- 32.3. Ordinateur portable + clé 3G/4G

33. Usage d'Internet en situation de mobilité (oui/non)

- 33.1. Consulter l'actualité de mes réseaux sociaux (Facebook, twitter, Instagram,...)
- 33.2. Envoyer des courriels
- 33.3. Utiliser une messagerie instantanée (Messenger,...)
- 33.4. Utiliser une application de téléphonie IP ou visiotéléphonie (Skype,...)
- 33.5. Consulter des sites de loisirs ou de vie pratique
- 33.6. Télécharger des contenus (musique, vidéo, jeux,...)
- 33.7. Visionner des vidéos et écouter de la musique
- 33.8. Visionner des vidéos et écouter de la musique en streaming
- 33.9. Consulter et gérer ses comptes bancaires
- 33.10. Consulter les sites de transports (horaires, trajets,...)
- 33.11. Lire la presse en ligne
- 33.12. Recourir à des services de géolocalisation
- 33.13. Télécharger du contenu touristique
- 33.14. Jouer en ligne
- 33.15. Lire des livres numériques (e-book)
- 33.16. Scanner des QR codes

33.17. Acheter en ligne

33.18. Payer par contact

➤ **E-administration**

34. Notoriété et sites utilisés

35. Niveau d'utilisation des sites Internet de l'administration

36. Attente en matière d'e-services dans l'administration

LES USAGES NUMERIQUES DANS LES ENTREPRISES POLYNESIENNES

Par forme juridique, CA, nombre de salariés pour les entreprises :

- Le prestataire retenu s'attachera également à présenter le protocole de collecte, d'analyse des données et le plan de sondage ;
- Le format de restitution attendu est un rapport de présentation au format Powerpoint ;
- La cible retenue est les entreprises du secteur privé de toutes tailles salariales.
- Scinder les entreprises morales et les entreprises individuelles (physiques – Patentés)
- Taille de l'échantillon : 1000 entreprises.

Les résultats d'enquête devront notamment contenir les éléments suivants :

I - Description de l'entreprise

1. Identification de l'interlocuteur
2. Définir le nombre de sites sur lesquels votre entreprise est présente y compris le siège?
3. Nombre de personnes travaillant pour l'entreprise : salariés et patentés
4. Appartenance à un réseau (d'enseignes, franchises, groupement de coopératives...)
5. Appartenance à un groupe ? Polynésien ? National ? International ?

II- Equipements et usages en matière d'informatique

6. Equipé de micro-ordinateurs au travail ? Raison si pas informatisé ?
7. Equipé à domicile d'un micro-ordinateur ? Usages professionnels ?
8. Combien de micro-ordinateurs en utilisation (fixe + portable) dans l'entreprise au total
9. Nombre de portables ?
10. Disposez-vous de forfait Internet mobile pour certains de vos ordinateurs portables ?
11. Qu'utilisez-vous comme moyen de stockage ? Et quelle solution sur le cloud (Dropbox, Google drive,...) ?
12. Parmi ces ordinateurs, combien ont été achetés en Polynésie ? et en dehors de la PF ?
13. Vos ordinateurs sont-ils reliés entre eux par un réseau local ?

III - Applications informatiques

14. De quelles solutions/logiciels informatiques dispose votre entreprise ?
 - Bureautique (Traitement de texte, tableur, solution cloud)
 - Logiciel de gestion de paye, comptable ou de ressources humaines
 - Logiciel de travail collaboratif ou de partage d'info à distance
 - Logiciels de suivi de la relation client (CRM) ou de gestion commerciale

IV - Téléphonie mobile

15. Le personnel, salariés et dirigeants, de votre entreprise est-il équipé de téléphones mobiles payés ou remboursés par l'entreprise ?
 - 15a. Quel est le frein principal à votre absence d'équipement mobile ?
 - 15b. Combien de personnes sont ainsi équipées ? ...
 - 15c. De quel type d'offres s'agit-il : cartes prépayées, abonnement, les deux

15d. De quel type de terminaux s'agit-il ?

15e. De combien de téléphones mobiles classiques sans accès Internet disposez-vous ?

15f. De combien de smartphones disposez-vous (avec accès Internet) ?

15g. Pensez-vous que l'arrivée d'opérateurs de téléphonie mobile concurrents a eu un impact sur vos habitudes ?

- Oui, nous avons déjà changé d'opérateur
- Oui, mais nous ne sommes prêts à changer d'opérateur que si les coûts sont inférieurs
- Oui, nous sommes prêts à changer d'opérateur en fonction des services proposés
- Non, nous n'envisageons pas de changement de nos habitudes

V - Internet

16. Votre entreprise est-elle connectée à Internet ?

Si oui (16a-b-c-d) :

16a. Utilisez-vous un logiciel de type Skype pour faire de la téléphonie sur Internet gratuite ?

16b. Dans votre entreprise, le service de messagerie mail est-il ?

- Un service de messagerie gratuit
- Assuré par votre FAI qui se charge de la gestion de vos mails via votre abonnement Internet
- Géré par votre propre serveur de messagerie hébergé dans vos locaux
- Géré par votre propre serveur de messagerie hébergé en dehors de vos locaux

16c. Dans quel pays est hébergé votre serveur de messagerie mail ?

16d. Chez quel prestataire est hébergé votre serveur de messagerie mail ?

Si non (17-17a-17b) :

17. Avez-vous l'intention de souscrire à un abonnement Internet ?

17a. Savez-vous à quel type d'accès vous souscrirez ?

- Bas débit (modem RTC classique ou RNIS)
- Haut débit (ADSL)
- Internet sans fil (Wimax/ LTE)
- Fibre
- Liaison louée

17b. Pour quelle raison principale ne prendrez-vous pas un accès à internet ?

- Equipements trop chers
- Abonnement trop chers
- Pas intéressé / pas d'utilité

18. Depuis combien de temps avez-vous accès à Internet ?

19. Aujourd'hui, quelles sont les connexions utilisées dans votre entreprise ?

- Bas débit par modem téléphonique (analogique ou RNIS)
- ADSL/VDSL
- Fibre optique

- WiMax / LTE
- Liaison fibre spécialisée
- Liaison louée

20. Quel est le débit de vos accès ADSL WiMax ou Fibre ou Liaisons louées?

21. Avez-vous l'intention d'augmenter votre débit d'accès à Internet dans les prochains mois ?

22. Avez-vous l'intention de passer à la fibre dans les prochains mois ?

VI - Usages Internet

22a. A titre professionnel, utilisez-vous l'accès à Internet sans fil dans les lieux publics (type aéroports, cafés ...) ?

22b. Pour vous connecter dans ces lieux publics vous préféreriez :

- Utiliser un paiement prépayé
- Que le paiement soit facturé par votre fournisseur Internet après utilisation
- Que cela soit gratuit

23. Parmi la liste suivante de possibilités offertes par Internet, quelles sont celles que votre entreprise utilise de manière fréquente, de manière ponctuelle, ou n'utilise pas ?

23a. Réservation en ligne : Fréquent, Ponctuel, Pas d'usage

23b. Recherche et comparaison avant achat mais sans achat en ligne : Fréquent, Ponctuel, Pas d'usage

23c. Achat en ligne : Fréquent, Ponctuel, Pas d'usage

23d. Gestion de comptes bancaires : Fréquent, Ponctuel, Pas d'usage

23e. Déclarations sociales et fiscales en ligne : Fréquent, Ponctuel, Pas d'usage

23f. Autres procédures administratives : Fréquent, Ponctuel, Pas d'usage

23g. Quelle part de vos commandes est réalisée sur Internet ?

23h. Diriez-vous que vos achats en ligne sont : En régression, En hausse, Stable

23i. Les sites sur lesquels vous achetez en ligne sont-ils ? Polynésiens, Français, Américains, Autres

23j. Vos différents achats sur Internet sont-ils :

- Systématiquement inférieurs à 20 000 Fcpf
- Systématiquement supérieurs à 20 000 Fcpf
- Parfois supérieurs, parfois inférieurs à 20 000 Fcpf

23k. Dans le cas où vos achats sont supérieurs à 20 000 Fcpf, diriez-vous que : vous continuez à acheter sur Internet car ...

- La gamme de produits y est plus large qu'en local
- Les produits que vous achetez sur Internet ne sont pas disponibles en local
- Même avec les droits de douanes et taxes, les produits importés restent moins chers que les produits locaux

24. Quel service public souhaiteriez-vous pouvoir utiliser en ligne ?

25. Votre entreprise possède-t-elle une adresse de courrier électronique pour la contacter?

26. Votre entreprise dispose-t-elle d'un compte sur un réseau social (Facebook, Twitter,...) ?

27. Votre entreprise a-t-elle mis en place un site Internet ?

27a. Pour quelle raison principale n'avez-vous pas de site Internet?

- Coût trop élevé
- Pas d'intérêt pour l'entreprise
- Manque de temps pour le réaliser
- Pas le droit de faire de la publicité (avocat, métiers médicaux ...)
- La maison mère / le groupe sont déjà équipé
- Autre

27b. Avez-vous l'intention de vous doter d'un site Internet spécifique à votre entreprise ?

27c. Depuis quand votre entreprise dispose-t-elle d'un site Internet ?

27d. Votre site Internet est-il hébergé?

- Sur le serveur d'un prestataire externe (vous ne possédez pas de serveur Web en propre)
- Sur votre propre serveur Web hébergé dans vos locaux
- Sur votre propre serveur Web hébergé en dehors de vos locaux

27e. Quel est ce prestataire ?

- ONATI (ex Vini)
- Autres

27f. Dans quel pays est hébergé votre serveur Web?

27g. Chez quel prestataire est hébergé votre serveur Web à l'étranger ou en France ?

27h. En moyenne quelle est sa fréquence de mise à jour de votre site Internet ?

- Quotidienne
- Hebdomadaire ou mensuelle
- Trimestrielle ou plus espacée
- Jamais

27i. Votre site Internet dispose t-il des fonctionnalités suivantes ?

- Présentation de l'entreprise
- Catalogue offres produits / services / prix
- Commandes et réservations en ligne
- Suivi des commandes en ligne (Facture, gestion des stocks)
- Paiement en ligne (Sécurisé ou non)
- Accès à un service après vente et FAQ (Sécurisé ou non)
- Recueil d'informations sur les visiteurs (Fréquentation, profil, ...)

28. Votre entreprise a-t-elle mis en place une page Facebook ?

28a. Pour quelle raison principale n'avez-vous pas de page Facebook ?

- Coût trop élevé
- Pas d'intérêt pour l'entreprise
- Manque de temps pour la réaliser
- Pas le droit de faire de la publicité (avocat, métiers médicaux ...)

- La maison mère / le groupe sont déjà équipé
- Autre

28b. Avez-vous l'intention de doter votre entreprise d'une page Facebook ?

28c. Depuis quand votre entreprise dispose-t-elle d'un compte sur un réseau social ?

- Moins de 1 an
- 1 à 2 ans
- 2 à 4 ans
- 5 ans et plus

28d. En moyenne quelle est sa fréquence de mise à jour de votre page Facebook ?

- Quotidienne
- Hebdomadaire ou mensuelle
- Trimestrielle ou plus espacée
- Jamais

29. Diriez-vous que la vente en ligne est, pour votre entreprise, un canal de vente...

- En régression
- En hausse
- Stable

30. Quelle est la part de votre chiffre d'affaires réalisée via le site Internet ?

- Moins de 5%
- De 5 à 10%
- Entre 10 et 25 %
- Entre 26 et 35%
- Entre 36 et 50%
- Plus de 50%

31. Quelles sont les trois principales motivations de l'entreprise à la vente en ligne...

- Raccourcir les délais de livraison
- Personnaliser les produits / services
- Diminuer les frais de promotion
- Diminuer la masse salariale
- Utiliser les informations sur les visites du site
- Développer un nouveau canal de distribution / vente
- Supprimer des intermédiaires
- Etre accessible 24h/24
- Améliorer la qualité des services et la fidélisation de clients
- Lancer de nouveaux produits services
- Etendre le marché géographiquement

32. Citez vos 2 attentes prioritaires en matière de services de téléphonie mobile

- Une meilleure couverture du territoire

- Plus de concurrence (d'opérateurs)
- Des prix plus bas
- Une qualité de service supérieure
- Aucune attente particulière
- Autre

33. Citez vos 2 attentes prioritaires en matière d'accès Internet

- Une meilleure couverture du territoire
- Plus de concurrence, d'opérateurs
- Des prix plus bas
- Des débits supérieurs
- Aucune attente particulière
- Autre

34. Souhaitez-vous des offres « Packages » comprenant la téléphonie mobile + Internet fixe + Cloud

35. Vous êtes-vous informé sur la réglementation applicable en Polynésie française depuis le 1^{er} juin 2019 relative aux données personnelles (principes et obligations du RGPD) ?

**DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES :
LUNDI 08 JUILLET 2019 A 10 H 00**

Pour tout renseignement administratif et technique, veuillez prendre l'attache de :
Tevaite PUGIN, tevaite.pugin@dgen.gov.pf
Eric BOURGEOIS, eric.bourgeois@dgen.gov.pf