

Annexes

Table des matières

1	Annexe 1 : Questionnaire.....	3
2	Annexe 2 : Analyse et interprétations.....	23
2.1	Validité et fiabilité des échelles de mesure	23
2.1.1	Echelle du contrôle perçu	23
2.1.2	Echelle de la confiance en ligne	24
2.1.3	Echelle des préoccupations situationnelles relatives à la vie privée	25
2.1.4	Echelle de l'intention de faire du bouche-à-oreille	26
2.1.5	Echelle de l'intention d'achat	27
2.1.6	Echelle de l'intention de rachat	28
2.1.7	Echelle du besoin de cognition.....	29
2.1.8	Echelle de la personnalisation perçue	30
2.1.9	Echelle de l'implication dans la décoration	30
2.1.10	Echelle de préoccupations générales relatives à la vie privée.....	31
2.1.11	Echelle de l'expérience antérieure en matière de confidentialité.....	32
2.1.12	Echelle de la sensibilité à la protection de la vie privée.....	34
2.2	Equivalence des groupes expérimentaux	35
2.2.1	Conditions de l'ANOVA.....	35
2.2.2	Tests ANOVA.....	46
2.2.3	Tests d'indépendance Khi deux	48
2.3	Manipulation checks	49
2.4	Test des hypothèses	50
2.4.1	Hypothèse 1 : Test en t – Effet de surlignage.....	50
2.4.2	Hypothèse 2 : Test en t – Effet du nombre de choix de consentement	55
2.4.3	Hypothèse 3 : Régression linéaire du contrôle perçu sur les préoccupations situationnelles relatives à la vie privée.....	58
2.4.4	Hypothèse 4 : Modèle médiateur - confiance en ligne	58
2.4.5	Hypothèse 5 : Régression linéaire des préoccupations situationnelles relatives à la vie privée sur les intentions comportementales.....	60
2.4.6	Hypothèse 6a : Modèle modérateur – besoin de cognition	62
2.4.7	Hypothèse 6b : Modèle modérateur – besoin de cognition	62

2.4.8	Analyse descriptive et modèle de médiation - personnalisation perçue.....	63
2.4.9	Analyse descriptive des variables dépendantes.....	67

1 Annexe 1 : Questionnaire

Commentaires supplémentaires sur le questionnaire :

- Conception du message de transparence

L'interface du site fictif *DecoTour.com* a été inspirée par celle du site d'ameublement et de décoration d'origine française, *Maison du monde*. En ce qui concerne le texte du message de transparence, il a été adapté et inspiré par le site web de la *Fnac Belgique* pour la version avec trois choix de consentement et par le site web *Vinted* pour la version avec dix choix de consentement. Les deux entreprises ont été sélectionnées car elles font toutes deux de l'e-commerce et sont clientes de l'entreprise *OneTrust*.

- Collecte des données primaires:

La collecte des données primaires a été clôturée le 24 juin 2022. Après avoir vérifié la fiabilité des réponses (e.g. problème d'encodage, valeurs numériques correctes, réponses partielles, etc.), la base de données se compose de 211 réponses valides comme mentionné dans le mémoire.

Questionnaire :

Bonjour,

Cette étude a été créée dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de fin d'étude en Ingénieur de gestion à l'UCLouvain.

Je m'intéresse à l'optimisation des sites web pour mieux répondre aux besoins des utilisateurs en ligne.

Au début du questionnaire, une situation vous sera présentée afin de vous aider au mieux à vous mettre dans la peau d'un futur client du site web *DecoTour.com*.

Essayez de vous immerger le plus possible dans la situation et de rester fidèle à votre comportement habituel en ligne.

Je me permets également de vous rappeler qu'il n'y pas de bonnes ou de mauvaises réponses aux questions auxquelles vous allez répondre et que la confidentialité et l'anonymat de celles-ci sont assurés.

Durée de remplissage moyenne : 15 min

En remplissant cette étude, vous affirmez que vous êtes majeur(e) et que vous souhaitez prendre part au questionnaire.

Si vous avez des questions en ce qui le concerne, vous pouvez toujours me joindre à l'adresse mail suivante :

clara.jodard@student.uclouvain.be

Merci pour votre participation.

Vous avez compris que les données vont être collectées et prenez part à l'étude ?

Oui


Non

Mise en situation : L'ancienne étagère de votre salon s'est cassée la semaine dernière et vous souhaitez la remplacer par un autre modèle. Vous décidez alors d'aller sur internet pour faire du repérage et, qui sait, peut-être acheter directement votre nouveau meuble en ligne. Vous allez donc sur Google et tapez « achat étagère salon » dans la barre de recherche. Vous cliquez sur l'un des premiers sites web qui s'affichent en haut de la page de résultats. C'est un nouveau site web d'e-commerce nommé *DecoTour.com*. Ce magasin en ligne spécialisé en décoration d'intérieur vend du mobilier pour habiller sa maison partout en Europe.

Après avoir cliqué sur le lien, vous tombez sur la fenêtre suivante. Examinez cette dernière attentivement comme vous le feriez habituellement lorsque vous naviguez sur un site web inconnu et essayez d'agir de la manière la plus naturelle possible.

Lorsque vous êtes prêts, répondez aux questions suivantes.

Scénario 1 :



The screenshot shows the top navigation bar of DecoTour.com with a search bar, 'Aide et Contact', 'Magasins', 'Mon compte', and a shopping cart icon. Below the navigation is a menu with 'Produits', 'Pièces', 'Inspirations', and 'Promotions'. A large banner for 'Les nouveaux produits' is overlaid on a photograph of a modern living room. Below the banner is a detailed cookie consent notice in French, followed by a control panel with toggle switches for 'Cookies analytiques', 'Cookies fonctionnels', and 'Cookies publicitaires', and a 'TOUJOURS ACTIF' status for 'Cookies nécessaires'. There are two buttons: 'Confirmer la sélection' (green) and 'Tout accepter' (white).


DecoTour.com a recours à des cookies et autres outils afin de collecter et analyser les données personnelles de ses utilisateurs. Ces données peuvent être sujettes à des croisements avec d'autres informations appartenant à DecoTour.com. Les données personnelles serviront à compléter les finalités suivantes : améliorer nos services, personnaliser notre offre et contenu publicitaire selon vos préférences et intérêts, mesurer l'efficacité de cette personnalisation publicitaire, procurer des capacités spécifiques aux réseaux sociaux, localiser votre position, optimiser votre expérience en ligne et éviter la fraude. Afin d'assurer des services de qualité et une bonne activité de notre site, certains types de cookies sont strictement nécessaires.

Cookies analytiques

Cookies fonctionnels

Cookies publicitaires

Cookies nécessaires **TOUJOURS ACTIF**

Pour en savoir plus sur ces catégories 

Confirmer la sélection

Scénario 2 :




DecoTour.com a recours à des cookies et autres outils afin de collecter et analyser les données personnelles de ses utilisateurs. Ces données peuvent être sujettes à des croisements avec d'autres informations appartenant à DecoTour.com. Les données personnelles serviront à compléter les finalités suivantes : améliorer nos services, personnaliser notre offre et contenu publicitaire selon vos préférences et intérêts, mesurer l'efficacité de cette personnalisation publicitaire, procurer des capacités spécifiques aux réseaux sociaux, localiser votre position, optimiser votre expérience en ligne et éviter la fraude. Afin d'assurer des services de qualité et une bonne activité de notre site, certains types de cookies sont strictement nécessaires.

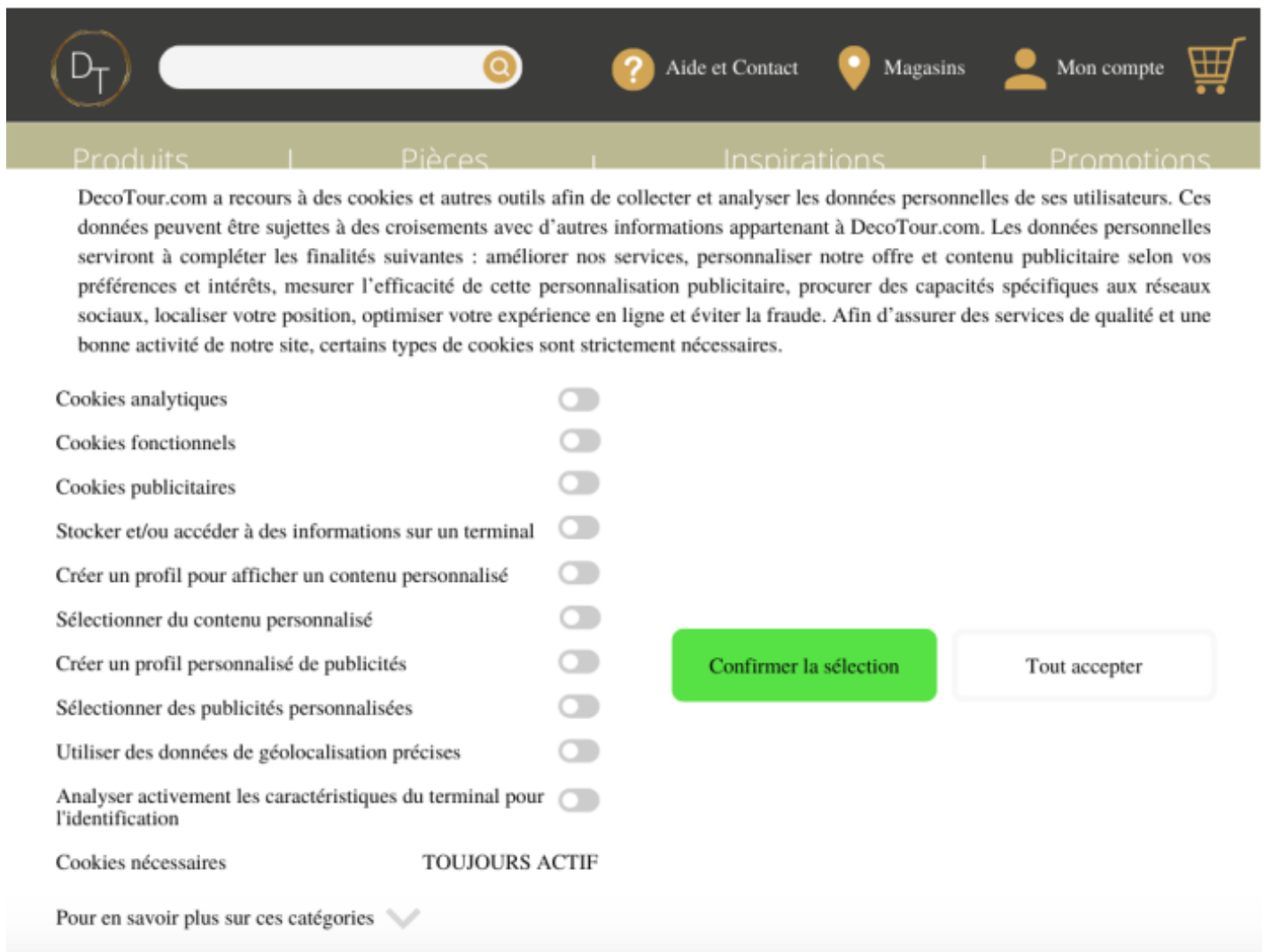
- Cookies analytiques
- Cookies fonctionnels
- Cookies publicitaires
- Cookies nécessaires **TOUJOURS ACTIF**

Confirmer la sélection

Tout accepter


Pour en savoir plus sur ces catégories 

Scénario 3 :



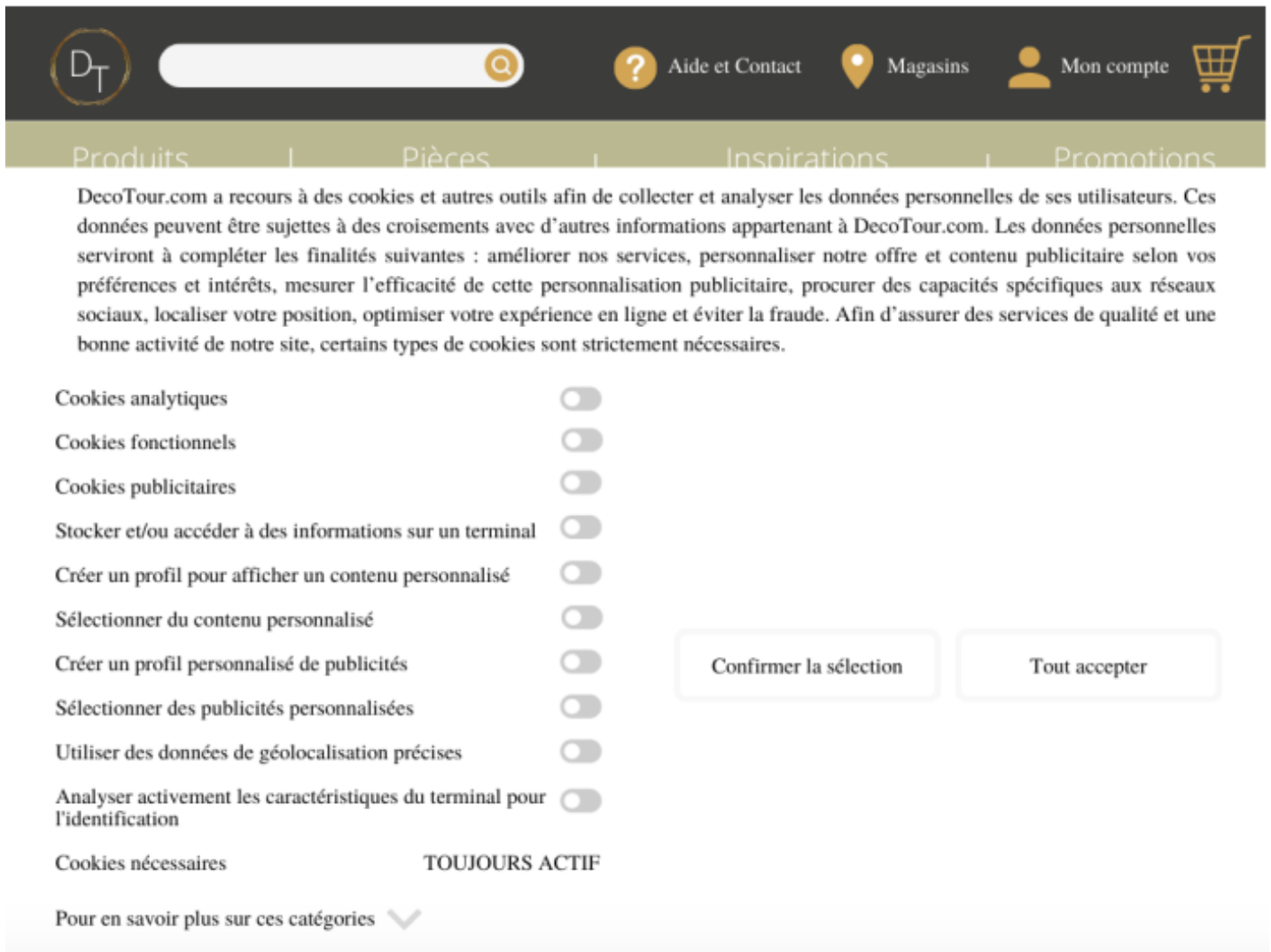
DecoTour.com a recours à des cookies et autres outils afin de collecter et analyser les données personnelles de ses utilisateurs. Ces données peuvent être sujettes à des croisements avec d'autres informations appartenant à DecoTour.com. Les données personnelles serviront à compléter les finalités suivantes : améliorer nos services, personnaliser notre offre et contenu publicitaire selon vos préférences et intérêts, mesurer l'efficacité de cette personnalisation publicitaire, procurer des capacités spécifiques aux réseaux sociaux, localiser votre position, optimiser votre expérience en ligne et éviter la fraude. Afin d'assurer des services de qualité et une bonne activité de notre site, certains types de cookies sont strictement nécessaires.

- Cookies analytiques
- Cookies fonctionnels
- Cookies publicitaires
- Stocker et/ou accéder à des informations sur un terminal
- Créer un profil pour afficher un contenu personnalisé
- Sélectionner du contenu personnalisé
- Créer un profil personnalisé de publicités
- Sélectionner des publicités personnalisées
- Utiliser des données de géolocalisation précises
- Analyser activement les caractéristiques du terminal pour l'identification
- Cookies nécessaires **TOUJOURS ACTIF**

Pour en savoir plus sur ces catégories 


Confirmer la sélection Tout accepter

Scénario 4 :



DecoTour.com a recours à des cookies et autres outils afin de collecter et analyser les données personnelles de ses utilisateurs. Ces données peuvent être sujettes à des croisements avec d'autres informations appartenant à DecoTour.com. Les données personnelles serviront à compléter les finalités suivantes : améliorer nos services, personnaliser notre offre et contenu publicitaire selon vos préférences et intérêts, mesurer l'efficacité de cette personnalisation publicitaire, procurer des capacités spécifiques aux réseaux sociaux, localiser votre position, optimiser votre expérience en ligne et éviter la fraude. Afin d'assurer des services de qualité et une bonne activité de notre site, certains types de cookies sont strictement nécessaires.

Cookies analytiques	<input type="checkbox"/>
Cookies fonctionnels	<input type="checkbox"/>
Cookies publicitaires	<input type="checkbox"/>
Stocker et/ou accéder à des informations sur un terminal	<input type="checkbox"/>
Créer un profil pour afficher un contenu personnalisé	<input type="checkbox"/>
Sélectionner du contenu personnalisé	<input type="checkbox"/>
Créer un profil personnalisé de publicités	<input type="checkbox"/>
Sélectionner des publicités personnalisées	<input type="checkbox"/>
Utiliser des données de géolocalisation précises	<input type="checkbox"/>
Analyser activement les caractéristiques du terminal pour l'identification	<input type="checkbox"/>
Cookies nécessaires	TOUJOURS ACTIF

Pour en savoir plus sur ces catégories 

Confirmer la sélection Tout accepter

1. Vous vous rendez compte que vous êtes obligé(e) de répondre aux cookies sinon vous ne pouvez pas naviguer sur ce site web à la recherche de l'étagère de vos rêves. Que faites-vous pour passer à la suite ?

Vous appuyez sur « Tout accepter »

Vous appuyez sur « Confirmer la sélection »

Vous consentez seulement à certains cookies (e.g. cookies analytiques, publicitaires, etc.) et puis appuyez sur « Confirmer la sélection »

Vous consultez au préalable les descriptions des catégories de cookies en appuyant sur « Pour en savoir plus sur ces catégories » et puis, après avoir fait votre sélection, appuyez sur « Confirmer la sélection »

Après l'étape des cookies passée, vous décidez de directement aller dans la barre de recherche du site web et tapez « étagère ». Ayant regardé les différents produits proposés par *DecoTour.com* dans la catégorie « étagère », un modèle vous plait plus particulièrement. Vous observez alors les informations du produit ainsi que sa description sur l'image suivante comme vous le feriez d'ordinaire.

Catégorie: Etagère



NIRVANA - Etagère en bois massif asymétrique à 7 cases

80,00€

[Trouver un magasin pour voir le produit](#)

- [Retours gratuits pendant 30 jours](#)
- Paiement 100% sécurisé

Caractéristiques:

Réf.: 1234

Dimensions: 90x40x180 cm

Poids: 20 kg

Description:

Etagère construite en bois massif est constituée de 7 cases dont les dimensions varient de 20x20 cm pour la plus petite à 60x60 cm pour la plus grande.

Ce meuble de rangement est la parfaite combinaison de modernité et fonctionnalité.

Cependant, vous décidez de réfléchir encore un peu et d'en parler avec votre famille/conjoint(e) d'abord avant de prendre une décision et d'acheter l'étagère. Vous quittez donc le site web.

2. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première visite, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je pense avoir le contrôle sur les personnes qui peuvent avoir accès à mes informations personnelles recueillies par DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense avoir le contrôle sur quelles informations personnelles sont divulguées par DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense avoir le contrôle sur la façon dont les informations personnelles sont utilisées par DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je crois que je peux contrôler les informations personnelles que je fournis à DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Le lendemain, vous y retournez pour montrer à votre famille le modèle que vous préférez. Lorsque vous y accédez, vous remarquez que le site web s'est bien adapté. Vous ne perdez pas de temps et allez directement revoir la page de l'étagère pour la leur présenter.

3. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première et seconde visite du site, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je fais confiance aux sites web comme DecoTour.com pour s'efforcer de garder mes informations personnelles hors de portée des personnes non autorisées.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je fais confiance aux sites web comme DecoTour.com pour ne pas divulguer des informations personnelles me concernant sans mon autorisation expresse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je fais confiance aux sites web comme DecoTour.com pour prendre soin de mes informations personnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Globalement, les sites web comme DecoTour.com sont dignes de confiance.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première et seconde visite du site, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je crains que les informations que je sou mets à DecoTour.com ne soient utilisées à mauvais escient.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je crains que d'autres personnes puissent trouver des informations privées me concernant à partir de DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis préoccupé(e) par le fait de fournir des informations personnelles sur DecoTour.com, en raison de ce que d'autres pourraient en faire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis inquiet(e) à l'idée de fournir des informations personnelles sur DecoTour.com, car elles pourraient être utilisées d'une manière que je n'avais pas prévue.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Suite à vos visites sur DecoTour.com, il est temps de prendre des décisions pour votre salon.

5. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première et seconde visite du site, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je dirais des choses positives sur DecoTour.com à d'autres personnes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je recommanderais DecoTour.com à toute personne qui me demande conseil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je n'encouragerais pas mes amis à acheter chez DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'hésiterais à recommander DecoTour.com à mes connaissances.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première et seconde visite du site, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Il est très probable que j'achète l'étagère sur DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si je dois me décider maintenant, j'achèterai probablement l'étagère sur DecoTour.com.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La probabilité que j'achète l'étagère sur DecoTour.com est élevée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première et seconde visite du site, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je prévois de refaire des achats sur DecoTour.com dans un futur proche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'achèterais probablement encore sur DecoTour.com dans un futur proche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je m'attends à acheter encore sur DecoTour.com dans un futur proche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. En gardant à l'esprit l'ensemble du scénario que nous venons de vous décrire et l'expérience vécue lors de la première et seconde visite du site ainsi que vos choix de consentement, veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
DecoTour.com m'avait ciblé(e) en tant qu'individu unique lors de ma deuxième visite.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ma deuxième visite sur DecoTour.com était personnalisée en fonction de mes préférences.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ma deuxième visite sur DecoTour.com était personnalisée selon mes intérêts.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les produits mis en avant lors de ma deuxième visite sur DecoTour.com correspondent à mes préférences.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Veuillez répondre aux questions suivantes en vous basant sur le message de transparence (« cookies ») dans la première image de ce questionnaire :

	Oui	Non
L'option « Confirmer la sélection » était-elle surlignée en couleur (e.g. vert, rose, etc.) et mise en avant ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il vous était proposé seulement 3 choix de consentement (i.e. cookies publicitaires, cookies analytiques et cookies fonctionnels) en plus des cookies strictement nécessaires ?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Est-ce que vous auriez voulu cliquer sur l'option « Pour en savoir plus sur ces catégories » et lire les explications des catégories ?

Oui

Non

Questions générales: Les questions suivantes sont des questions plus d'ordre général et indépendantes du scénario.

11. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je préfère les problèmes complexes aux problèmes simples.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'aime avoir la responsabilité de gérer une situation qui demande beaucoup de réflexion.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réfléchir n'est pas mon idée du plaisir.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je préfère faire quelque chose qui demande peu de réflexion plutôt que quelque chose qui va certainement mettre à l'épreuve mes capacités de réflexion.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'aime beaucoup une tâche qui implique de trouver de nouvelles solutions aux problèmes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je préfère une tâche qui est intellectuelle, difficile et importante à une tâche en quelque sorte importante mais qui ne demande pas beaucoup de réflexion.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Tout bien considéré, internet entraînerait de sérieux problèmes de protection de la vie privée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Par rapport aux autres, je suis plus sensible à la façon dont les entreprises en ligne traitent mes informations personnelles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour moi, le plus important est de préserver ma vie privée des entreprises en ligne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que les autres sont trop préoccupés par les problèmes de protection de la vie privée en ligne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Par rapport aux autres sujets qui me préoccupent, ma vie privée est très importante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis préoccupé(e) par les menaces qui pèsent sur ma vie privée aujourd'hui.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Je suis conscient(e) des problèmes et des pratiques en matière de protection de la vie privée dans notre société.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis les nouvelles et les développements sur les questions de vie privée et les violations de la vie privée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me tiens au courant des questions relatives à la vie privée et des solutions que les entreprises et le gouvernement emploient pour garantir notre vie privée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Vous avez été souvent victime de ce que vous avez ressenti comme une intrusion abusive dans votre vie privée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Au cours de l'année écoulée, vous avez entendu ou lu beaucoup de choses sur l'utilisation et l'abus potentiel des informations recueillies sur Internet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vous avez été souvent victime d'incidents au cours desquels vos informations personnelles ont été utilisées par une entreprise sans votre autorisation.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt en désaccord	Neutre	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
Vous attachez une grande importance à la décoration.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On peut dire que la décoration vous intéresse beaucoup.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La décoration est un sujet qui vous laisse fortement indifférent.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vous êtes :

Un homme

Une femme

Autre

Votre âge se trouve entre :

18-29

30-39

40-49

50-59

60 et plus

2 Annexe 2 : Analyse et interprétations

2.1 Validité et fiabilité des échelles de mesure

Commentaires supplémentaires : il a été choisi de privilégier le nombre de dimensions décrites dans la littérature ainsi que le critère de MINEIGEN pour les échelles avec un pourcentage de contenu informatif inférieur à 60%, n'ayant aucune preuve qu'elles devraient être différentes sur cet échantillon.

Les conditions à respecter sont la mesure de Kaiser de l'adéquation de l'échantillon et l'alpha de Cronbach qui ont été pris en compte systématiquement.

2.1.1 Echelle du contrôle perçu

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.78664785			
CTR_1	CTR_2	CTR_3	CTR_4
0.76497629	0.75879506	0.80806160	0.83029843

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.72593522	2.14654752	0.6815	0.6815
2	0.57938770	0.18291079	0.1448	0.8263
3	0.39647691	0.09827674	0.0991	0.9254
4	0.29820017		0.0746	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

4 Variables:	CTR_1	CTR_2	CTR_3	CTR_4
--------------	-------	-------	-------	-------

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
CTR_1	211	2.92417	1.55959	617.00000	1.00000	7.00000
CTR_2	211	3.07109	1.60644	648.00000	1.00000	7.00000
CTR_3	211	2.66825	1.40200	563.00000	1.00000	7.00000
CTR_4	211	3.15640	1.62691	666.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.841269
Standardized	0.843474

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
CTR_1	0.716126	0.780623	0.715130	0.785498
CTR_2	0.702123	0.786849	0.703988	0.790420
CTR_3	0.697667	0.792246	0.697298	0.793361
CTR_4	0.596211	0.834894	0.599805	0.834998

2.1.2 Echelle de la confiance en ligne

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.83956288			
CONF_1	CONF_2	CONF_3	CONF_4
0.80994650	0.87965013	0.79441867	0.89957327

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.25814478	2.88602399	0.8145	0.8145
2	0.37212079	0.14519075	0.0930	0.9076
3	0.22693004	0.08412566	0.0567	0.9643
4	0.14280438		0.0357	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

4 Variables: CONF_1 CONF_2 CONF_3 CONF_4

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
CONF_1	211	3.64455	1.59514	769.00000	1.00000	7.00000
CONF_2	211	3.54976	1.62748	749.00000	1.00000	7.00000
CONF_3	211	3.49289	1.49720	737.00000	1.00000	7.00000
CONF_4	211	3.61611	1.37651	763.00000	1.00000	6.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.923151
Standardized	0.923571

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
CONF_1	0.855670	0.888542	0.852843	0.890368
CONF_2	0.820469	0.901658	0.818064	0.902146
CONF_3	0.882360	0.879874	0.881477	0.880519
CONF_4	0.740319	0.926461	0.741415	0.927392

2.1.3 Echelle des préoccupations situationnelles relatives à la vie privée

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.71749487			
PSIT_1	PSIT_2	PSIT_3	PSIT_4
0.78817746	0.81230324	0.66966070	0.67015035

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.62243545	1.94525726	0.6556	0.6556
2	0.67717819	0.19012009	0.1693	0.8249
3	0.48705810	0.27372985	0.1218	0.9467
4	0.21332826		0.0533	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

4 Variables: PSIT_1 PSIT_2 PSIT_3 PSIT_4

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
PSIT_1	211	3.83886	1.38103	810.00000	1.00000	7.00000
PSIT_2	211	4.11374	1.45286	868.00000	1.00000	7.00000
PSIT_3	211	3.70142	1.48675	781.00000	1.00000	7.00000
PSIT_4	211	3.93839	1.52784	831.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.824181
Standardized	0.823177

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
PSIT_1	0.575205	0.810181	0.576699	0.808882
PSIT_2	0.586733	0.806041	0.588989	0.803432
PSIT_3	0.736356	0.736409	0.730848	0.737673
PSIT_4	0.700912	0.753363	0.696142	0.754253

2.1.4 Echelle de l'intention de faire du bouche-à-oreille

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.63002534			
WOM_1	WOM_2	WOM_3	WOM_4
0.62458570	0.62095819	0.64222979	0.63407568

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.35605514	1.42412875	0.5890	0.5890
2	0.93192639	0.51456122	0.2330	0.8220
3	0.41736517	0.12271188	0.1043	0.9263
4	0.29465329		0.0737	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

4 Variables: WOM_1 WOM_2 WOM_3 WOM_4

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
WOM_1	211	4.44076	1.00002	937.00000	1.00000	7.00000
WOM_2	211	4.41706	0.96436	932.00000	1.00000	7.00000
WOM_3	211	4.80095	0.95529	1013	2.00000	7.00000
WOM_4	211	4.57346	1.05923	965.00000	2.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.766857
Standardized	0.767132

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
WOM_1	0.601333	0.692769	0.603726	0.692079
WOM_2	0.550329	0.720185	0.552160	0.719756
WOM_3	0.546838	0.722030	0.539882	0.726219
WOM_4	0.571415	0.709990	0.573140	0.708601

2.1.5 Echelle de l'intention d'achat

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.76795980		
ACH_1	ACH_2	ACH_3
0.74300789	0.79355430	0.76994273

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.66523872	2.47965683	0.8884	0.8884
2	0.18558189	0.03640250	0.0619	0.9503
3	0.14917939		0.0497	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

3 Variables: ACH_1 ACH_2 ACH_3

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
ACH_1	211	4.69668	1.26602	991.00000	1.00000	7.00000
ACH_2	211	4.58294	1.35453	967.00000	1.00000	7.00000
ACH_3	211	4.48815	1.42548	947.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.935781
Standardized	0.937185

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
ACH_1	0.882445	0.898161	0.882291	0.898805
ACH_2	0.857734	0.914052	0.858404	0.917538
ACH_3	0.868181	0.908303	0.868780	0.909434

2.1.6 Echelle de l'intention de rachat

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.76395731		
RACH_1	RACH_2	RACH_3
0.79738774	0.71705230	0.78522067

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.70164311	2.52177812	0.9005	0.9005
2	0.17986498	0.06137307	0.0600	0.9605
3	0.11849191		0.0395	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

3 Variables: RACH_1 RACH_2 RACH_3

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
RACH_1	211	4.27962	1.14331	903.00000	1.00000	7.00000
RACH_2	211	4.20853	1.15227	888.00000	1.00000	7.00000
RACH_3	211	4.25118	1.10774	897.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.944679
Standardized	0.944745

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
RACH_1	0.870971	0.929553	0.870550	0.929940
RACH_2	0.907587	0.901059	0.907650	0.901306
RACH_3	0.875352	0.926330	0.875254	0.926345

2.1.7 Echelle du besoin de cognition

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.77796347					
COGN_1	COGN_2	COGN_3	COGN_4	COGN_5	COGN_6
0.79125527	0.79275074	0.74734637	0.74174021	0.81075042	0.77610465

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 6 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.75203358	1.78145838	0.4587	0.4587
2	0.97057519	0.22660182	0.1618	0.6204
3	0.74397337	0.16346958	0.1240	0.7444
4	0.58050379	0.06239230	0.0968	0.8412
5	0.51811149	0.08330891	0.0864	0.9275
6	0.43480258		0.0725	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

6 Variables: COGN_1 COGN_2 COGN_3 COGN_4 COGN_5 COGN_6

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
COGN_1	211	3.57346	1.52692	754.00000	1.00000	7.00000
COGN_2	211	4.60190	1.37418	971.00000	1.00000	7.00000
COGN_3	211	4.63507	1.28897	978.00000	1.00000	7.00000
COGN_4	211	4.70616	1.37630	993.00000	1.00000	7.00000
COGN_5	211	5.13270	1.15940	1083	1.00000	7.00000
COGN_6	211	4.33175	1.38491	914.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.756940
Standardized	0.761753

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
COGN_1	0.433605	0.742245	0.433328	0.745144
COGN_2	0.533658	0.711705	0.531037	0.719590
COGN_3	0.427709	0.739336	0.431185	0.745692
COGN_4	0.496036	0.722033	0.503226	0.726984
COGN_5	0.583691	0.703627	0.584547	0.705087
COGN_6	0.534833	0.711319	0.538269	0.717651

2.1.8 Echelle de la personnalisation perçue

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.75410141			
PERS_1	PERS_2	PERS_3	PERS_4
0.80246082	0.70209187	0.71752844	0.85612112

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 4 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.68193602	2.00839251	0.6705	0.6705
2	0.67354351	0.25157788	0.1684	0.8389
3	0.42196563	0.19941080	0.1055	0.9444
4	0.22255484		0.0556	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

4 Variables: PERS_1 PERS_2 PERS_3 PERS_4

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
PERS_1	211	4.97630	1.29262	1050	1.00000	7.00000
PERS_2	211	5.35545	1.06980	1130	1.00000	7.00000
PERS_3	211	5.11848	1.16708	1080	1.00000	7.00000
PERS_4	211	5.12322	1.03463	1081	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.823407
Standardized	0.832025

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
PERS_1	0.497571	0.856414	0.499788	0.856695
PERS_2	0.791222	0.714705	0.793020	0.726060
PERS_3	0.691643	0.756507	0.706896	0.766692
PERS_4	0.651998	0.777867	0.657178	0.789276

2.1.9 Echelle de l'implication dans la décoration

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.70912538		
DECO_1	DECO_2	DECO_3
0.64429580	0.68232012	0.85992398

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1

	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.57299878	2.25079840	0.8577	0.8577
2	0.32220039	0.21739955	0.1074	0.9651
3	0.10480083		0.0349	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

3 Variables: DECO_1 DECO_2 DECO_3

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
DECO_1	211	4.52133	1.59561	954.00000	1.00000	7.00000
DECO_2	211	4.27962	1.75730	903.00000	1.00000	7.00000
DECO_3	211	4.69194	1.71683	990.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.914732
Standardized	0.916426

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
DECO_1	0.893993	0.827402	0.893178	0.827533
DECO_2	0.847188	0.861962	0.850865	0.863276
DECO_3	0.752200	0.939653	0.753581	0.941970

2.1.10 Echelle de préoccupations générales relatives à la vie privée

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.80965891					
PGEN_1	PGEN_2	PGEN_3	PGEN_4	PGEN_5	PGEN_6
0.82595971	0.78657649	0.77662007	0.85917696	0.83940746	0.81091862

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 6 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	3.27853320	2.34137966	0.5464	0.5464
2	0.93715354	0.33770988	0.1562	0.7026
3	0.59944366	0.02218168	0.0999	0.8025
4	0.57726197	0.22825752	0.0962	0.8987
5	0.34900445	0.09040127	0.0582	0.9569
6	0.25860318		0.0431	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

6 Variables: PGEN_1 PGEN_2 PGEN_3 PGEN_4 PGEN_5 PGEN_6

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
PGEN_1	211	5.36967	1.31505	1133	1.00000	7.00000
PGEN_2	211	3.82938	1.61224	808.00000	1.00000	7.00000
PGEN_3	211	4.08531	1.61609	862.00000	1.00000	7.00000
PGEN_4	211	4.48815	1.44868	947.00000	1.00000	7.00000
PGEN_5	211	4.39336	1.36687	927.00000	1.00000	7.00000
PGEN_6	211	3.82938	1.57640	808.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.830876
Standardized	0.827687

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
PGEN_1	0.405090	0.838910	0.406452	0.838062
PGEN_2	0.678572	0.786847	0.671710	0.784194
PGEN_3	0.693362	0.783420	0.683001	0.781761
PGEN_4	0.491383	0.825192	0.495097	0.820747
PGEN_5	0.651475	0.794865	0.642509	0.790431
PGEN_6	0.696675	0.782859	0.697876	0.778539

2.1.11 Echelle de l'expérience antérieure en matière de confidentialité

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.58061896		
EXP_1	EXP_2	EXP_3
0.55499086	0.77676487	0.55872740

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	1.78561639	0.97008256	0.5952	0.5952
2	0.81553383	0.41668405	0.2718	0.8671
3	0.39884978		0.1329	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

3 Variables: EXP_1 EXP_2 EXP_3

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
EXP_1	211	3.44076	1.47036	726.00000	1.00000	7.00000
EXP_2	211	4.50237	1.56258	950.00000	1.00000	7.00000
EXP_3	211	2.95261	1.51426	623.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.643941
Standardized	0.647727

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
EXP_1	0.558376	0.401901	0.561505	0.402060
EXP_2	0.301740	0.749577	0.302053	0.749780
EXP_3	0.523561	0.447371	0.530288	0.448013

Means and Standard Deviations from 211 Observations		
Variable	Mean	Std Dev
EXP_1	3.4407583	1.4703571
EXP_2	4.5023697	1.5625815
EXP_3	2.9526066	1.5142593

Correlations			
	EXP_1	EXP_2	EXP_3
EXP_1	1.00000	0.28867	0.59972
EXP_2	0.28867	1.00000	0.25161
EXP_3	0.59972	0.25161	1.00000

Après modification : Enlever l'item EXP_2

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.50000000	
EXP_1	EXP_3
0.50000000	0.50000000

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 2 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	1.59971843	1.19943685	0.7999	0.7999
2	0.40028157		0.2001	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

2 Variables: EXP_1 EXP_3

Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
EXP_1	211	3.44076	1.47036	726.00000	1.00000	7.00000
EXP_3	211	2.95261	1.51426	623.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.749577
Standardized	0.749780

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
EXP_1	0.599718	.	0.599718	.
EXP_3	0.599718	.	0.599718	.

2.1.12 Echelle de la sensibilité à la protection de la vie privée

Kaiser's Measure of Sampling Adequacy: Overall MSA = 0.60070876		
SENS_1	SENS_2	SENS_3
0.84161483	0.56379930	0.57156805

Eigenvalues of the Correlation Matrix: Total = 3 Average = 1				
	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
1	2.09357068	1.38714557	0.6979	0.6979
2	0.70642511	0.50642089	0.2355	0.9333
3	0.20000421		0.0667	1.0000

1 factor will be retained by the MINEIGEN criterion.

3 Variables: SENS_1 SENS_2 SENS_3						
Simple Statistics						
Variable	N	Mean	Std Dev	Sum	Minimum	Maximum
SENS_1	211	5.18483	1.31256	1094	1.00000	7.00000
SENS_2	211	3.73460	1.47864	788.00000	1.00000	7.00000
SENS_3	211	3.59716	1.56564	759.00000	1.00000	7.00000

Cronbach Coefficient Alpha	
Variables	Alpha
Raw	0.780520
Standardized	0.774672

Cronbach Coefficient Alpha with Deleted Variable				
Deleted Variable	Raw Variables		Standardized Variables	
	Correlation with Total	Alpha	Correlation with Total	Alpha
SENS_1	0.423753	0.886198	0.424681	0.887004
SENS_2	0.760193	0.536610	0.742203	0.542703
SENS_3	0.705234	0.601043	0.690805	0.604024

2.2 Equivalence des groupes expérimentaux

2.2.1 Conditions de l'ANOVA

Pour chaque variable, les conditions de l'ANOVA ont été testées.

Il est cependant important de noter que l'indépendance des groupes a été systématiquement satisfaite au vu du design expérimental choisi et n'a pas été le sujet de tests complémentaires pour chaque variable.

En ce qui concerne la normalité de la distribution, c'est la mesure de Kolmogorov-Smirnov qui est utilisée au vu de la taille des échantillons ($n > 15$). Il faut également rappeler que l'ANOVA reste valide suite à une certaine robustesse à la normalité et ce, à condition que les variances soient homogènes (Mendes & Yigit, 2013).

Dans le cadre de ce mémoire, l'homogénéité des variances a été rencontrée pour chaque variable testée. Les résultats peuvent donc être considérés comme valides même si, pour certaines, des p-valeurs sont inférieures au seuil de 0,05.

Hypothèse de normalité des distributions :

The UNIVARIATE Procedure
Variable: SENS

GROUPE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.63462	Std Deviation	3.56469
Median	12.50000	Variance	12.70701
Mode	12.00000	Range	14.00000
		Interquartile Range	5.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.964002	Pr < W	0.1167
Kolmogorov-Smirnov	D	0.083197	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.057803	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.4476	Pr > A-Sq	>0.2500

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP

GROUPE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	6.096154	Std Deviation	2.57636
Median	6.000000	Variance	6.63763
Mode	8.000000	Range	9.00000
		Interquartile Range	4.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.947658	Pr < W	0.0232
Kolmogorov-Smirnov	D	0.135421	Pr > D	0.0182
Cramer-von Mises	W-Sq	0.119533	Pr > W-Sq	0.0621
Anderson-Darling	A-Sq	0.79962	Pr > A-Sq	0.0376

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP_2

GROUPE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	4.673077	Std Deviation	1.49143
Median	5.000000	Variance	2.22436
Mode	5.000000	Range	6.00000
		Interquartile Range	2.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.926249	Pr < W	0.0032
Kolmogorov-Smirnov	D	0.202138	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.26879	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.494167	Pr > A-Sq	<0.0050

The UNIVARIATE Procedure
Variable: PGEN

GROUPE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	26.36538	Std Deviation	6.39249
Median	26.50000	Variance	40.86388
Mode	20.00000	Range	28.00000
		Interquartile Range	9.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.979752	Pr < W	0.5153
Kolmogorov-Smirnov	D	0.076129	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.042011	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.309019	Pr > A-Sq	>0.2500

The UNIVARIATE Procedure
Variable: DECO

GROUPE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	14.19231	Std Deviation	4.79803
Median	15.00000	Variance	23.02112
Mode	18.00000	Range	17.00000
		Interquartile Range	8.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.948708	Pr < W	0.0257
Kolmogorov-Smirnov	D	0.132438	Pr > D	0.0223
Cramer-von Mises	W-Sq	0.11026	Pr > W-Sq	0.0834
Anderson-Darling	A-Sq	0.73089	Pr > A-Sq	0.0541

The UNIVARIATE Procedure
Variable: SENS

GROUPE=2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	11.85417	Std Deviation	3.88116
Median	12.00000	Variance	15.06339
Mode	9.00000	Range	18.00000
		Interquartile Range	6.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.981178	Pr < W	0.6284
Kolmogorov-Smirnov	D	0.103685	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.065078	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.402457	Pr > A-Sq	>0.2500

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP

GROUPE=2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	6.145833	Std Deviation	2.69743
Median	5.500000	Variance	7.27615
Mode	4.000000	Range	11.00000
		Interquartile Range	4.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.940766	Pr < W	0.0174
Kolmogorov-Smirnov	D	0.164504	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.189251	Pr > W-Sq	0.0071
Anderson-Darling	A-Sq	1.091188	Pr > A-Sq	0.0070

The UNIVARIATE Procedure
Variable: DECO

GROUPE=2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.27083	Std Deviation	5.08121
Median	12.50000	Variance	25.81871
Mode	7.00000	Range	17.00000
		Interquartile Range	10.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.940746	Pr < W	0.0173
Kolmogorov-Smirnov	D	0.121071	Pr > D	0.0780
Cramer-von Mises	W-Sq	0.152677	Pr > W-Sq	0.0219
Anderson-Darling	A-Sq	0.924037	Pr > A-Sq	0.0189

The UNIVARIATE Procedure
Variable: PGEN

GROUPE=2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	25.72917	Std Deviation	7.10031
Median	24.50000	Variance	50.41445
Mode	22.00000	Range	30.00000
		Interquartile Range	10.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.965057	Pr < W	0.1614
Kolmogorov-Smirnov	D	0.128816	Pr > D	0.0450
Cramer-von Mises	W-Sq	0.129684	Pr > W-Sq	0.0443
Anderson-Darling	A-Sq	0.688223	Pr > A-Sq	0.0716

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP_2

GROUPE=2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	4.854167	Std Deviation	1.44384
Median	5.000000	Variance	2.08466
Mode	5.000000	Range	6.00000
		Interquartile Range	2.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.909845	Pr < W	0.0013
Kolmogorov-Smirnov	D	0.24856	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.358273	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.819151	Pr > A-Sq	<0.0050

The UNIVARIATE Procedure
Variable: DECO

GROUPE=3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	13.90741	Std Deviation	4.13119
Median	14.00000	Variance	17.06674
Mode	9.00000	Range	18.00000
		Interquartile Range	7.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.964912	Pr < W	0.1144
Kolmogorov-Smirnov	D	0.098333	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.083829	Pr > W-Sq	0.1876
Anderson-Darling	A-Sq	0.605435	Pr > A-Sq	0.1119

The UNIVARIATE Procedure
Variable: PGEN

GROUPE=3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	25.55556	Std Deviation	6.76469
Median	25.00000	Variance	45.76101
Mode	23.00000	Range	33.00000
		Interquartile Range	7.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.983264	Pr < W	0.6490
Kolmogorov-Smirnov	D	0.07502	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.058497	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.355477	Pr > A-Sq	>0.2500

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP

GROUPE=3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	6.129630	Std Deviation	2.51821
Median	6.000000	Variance	6.34137
Mode	5.000000	Range	11.00000
		Interquartile Range	4.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.95155	Pr < W	0.0291
Kolmogorov-Smirnov	D	0.150157	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.157265	Pr > W-Sq	0.0196
Anderson-Darling	A-Sq	0.891782	Pr > A-Sq	0.0221

The UNIVARIATE Procedure
Variable: SENS

GROUPE=3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.81481	Std Deviation	3.65531
Median	12.00000	Variance	13.36129
Mode	11.00000	Range	16.00000
		Interquartile Range	4.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.962616	Pr < W	0.0903
Kolmogorov-Smirnov	D	0.134669	Pr > D	0.0158
Cramer-von Mises	W-Sq	0.150249	Pr > W-Sq	0.0232
Anderson-Darling	A-Sq	0.843386	Pr > A-Sq	0.0286

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP_2

GROUPE=3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	4.370370	Std Deviation	1.50842
Median	5.000000	Variance	2.27533
Mode	5.000000	Range	6.00000
		Interquartile Range	2.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.918042	Pr < W	0.0013
Kolmogorov-Smirnov	D	0.235885	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.385193	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	2.019821	Pr > A-Sq	<0.0050

The UNIVARIATE Procedure
Variable: DECO

GROUPE=4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	13.49123	Std Deviation	4.66799
Median	14.00000	Variance	21.79010
Mode	12.00000	Range	18.00000
		Interquartile Range	6.00000

Note: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count of 8.

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.96814	Pr < W	0.1374
Kolmogorov-Smirnov	D	0.100419	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.063765	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.438529	Pr > A-Sq	>0.2500

The UNIVARIATE Procedure
Variable: PGEN

GROUPE=4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	26.29825	Std Deviation	6.32163
Median	26.00000	Variance	39.96303
Mode	30.00000	Range	27.00000
		Interquartile Range	8.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.982914	Pr < W	0.5975
Kolmogorov-Smirnov	D	0.067514	Pr > D	>0.1500
Cramer-von Mises	W-Sq	0.032963	Pr > W-Sq	>0.2500
Anderson-Darling	A-Sq	0.245135	Pr > A-Sq	>0.2500

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP_2

GROUPE=4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	4.175439	Std Deviation	1.72298
Median	5.000000	Variance	2.96867
Mode	5.000000	Range	6.00000
		Interquartile Range	2.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.932714	Pr < W	0.0035
Kolmogorov-Smirnov	D	0.192648	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.256523	Pr > W-Sq	<0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.443998	Pr > A-Sq	<0.0050

The UNIVARIATE Procedure
Variable: EXP

GROUPE=4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	7.122807	Std Deviation	2.79713
Median	7.000000	Variance	7.82393
Mode	6.000000	Range	11.00000
		Interquartile Range	4.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.966476	Pr < W	0.1148
Kolmogorov-Smirnov	D	0.112083	Pr > D	0.0745
Cramer-von Mises	W-Sq	0.11412	Pr > W-Sq	0.0747
Anderson-Darling	A-Sq	0.671913	Pr > A-Sq	0.0792

The UNIVARIATE Procedure
Variable: SENS

GROUPE=4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.68421	Std Deviation	3.51607
Median	12.00000	Variance	12.36278
Mode	11.00000	Range	17.00000
		Interquartile Range	4.00000

Note: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count of 8.

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.981108	Pr < W	0.5123
Kolmogorov-Smirnov	D	0.113341	Pr > D	0.0682
Cramer-von Mises	W-Sq	0.089363	Pr > W-Sq	0.1550
Anderson-Darling	A-Sq	0.481138	Pr > A-Sq	0.2304

Hypothèse d'homogénéité des variances (Levene) :

	P-valeur
PGEN	0,81
EXP	0,74
SENS	0,8
DECO	0,18
EXP_2	0,14

Tableau 1: Récapitulatif de l'homogénéité des variances

Levene's Test for Homogeneity of EXP Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	2.8215	0.9405	0.42	0.7386
Error	207	463.1	2.2373		

GROUPE	EXP LSMEAN	LSMEAN Number
1	6.09615385	1
2	6.14583333	2
3	6.12962963	3
4	7.12280702	4

Levene's Test for Homogeneity of DECO Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	30.7496	10.2499	1.65	0.1796
Error	207	1288.0	6.2222		

GROUPE	DECO LSMEAN	LSMEAN Number
1	14.1923077	1
2	12.2708333	2
3	13.9074074	3
4	13.4912281	4

Levene's Test for Homogeneity of SENS Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means						
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F	
GROUPE	3	4.6813	1.5604	0.33	0.8042	
Error	207	981.0	4.7391			

GROUPE	SENS LSMEAN	LSMEAN Number
1	12.6346154	1
2	11.8541667	2
3	12.8148148	3
4	12.6842105	4

Levene's Test for Homogeneity of PGEN Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means						
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F	
GROUPE	3	14.2456	4.7485	0.32	0.8115	
Error	207	3079.2	14.8754			

GROUPE	PGEN LSMEAN	LSMEAN Number
1	26.3653846	1
2	25.7291667	2
3	25.5555556	3
4	26.2982456	4

Levene's Test for Homogeneity of EXP_2 Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means						
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F	
GROUPE	3	4.2042	1.4014	1.82	0.1448	
Error	207	159.5	0.7704			

GROUPE	EXP_2 LSMEAN	LSMEAN Number
1	4.67307692	1
2	4.85416667	2
3	4.37037037	3
4	4.17543860	4

2.2.2 Tests ANOVA

Dependent Variable: EXP_2

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	14.4891342	4.8297114	2.01	0.1142
Error	207	498.2596810	2.4070516		
Corrected Total	210	512.7488152			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	EXP_2 Mean
0.028258	34.45891	1.551468	4.502370

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	14.48913418	4.82971139	2.01	0.1142

The GLM Procedure
Least Squares Means
Adjustment for Multiple Comparisons: Tukey-Kramer

GROUPE	EXP_2 LSMEAN	LSMEAN Number
1	4.67307692	1
2	4.85416667	2
3	4.37037037	3
4	4.17543860	4

Dependent Variable: DECO

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	106.400596	35.466865	1.63	0.1842
Error	207	4512.338741	21.798738		
Corrected Total	210	4618.739336			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	DECO Mean
0.023037	34.60275	4.668912	13.49289

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	106.4005957	35.4668652	1.63	0.1842

The GLM Procedure
Least Squares Means
Adjustment for Multiple Comparisons: Tukey-Kramer

GROUPE	DECO LSMEAN	LSMEAN Number
1	14.1923077	1
2	12.2708333	2
3	13.9074074	3
4	13.4912281	4

The GLM Procedure

Dependent Variable: EXP

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	41.619370	13.873123	1.97	0.1190
Error	207	1454.731341	7.027688		
Corrected Total	210	1496.350711			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	EXP Mean
0.027814	41.46453	2.650979	6.393365

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	41.61936999	13.87312333	1.97	0.1190

The GLM Procedure

Least Squares Means

Adjustment for Multiple Comparisons: Tukey-Kramer

GROUPE	EXP LSMEAN	LSMEAN Number
1	6.09615385	1
2	6.14583333	2
3	6.12962963	3
4	7.12280702	4

Dependent Variable: SENS

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	28.191147	9.397049	0.71	0.5496
Error	207	2756.500797	13.316429		
Corrected Total	210	2784.691943			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	SENS Mean
0.010124	29.15466	3.649168	12.51659

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	28.19114653	9.39704884	0.71	0.5496

The GLM Procedure

Least Squares Means

Adjustment for Multiple Comparisons: Tukey-Kramer

GROUPE	SENS LSMEAN	LSMEAN Number
1	12.6346154	1
2	11.8541667	2
3	12.8148148	3
4	12.6842105	4

Dependent Variable: PGEN

Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	26.195244	8.731748	0.20	0.8975
Error	207	9116.800017	44.042512		
Corrected Total	210	9142.995261			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	PGEN Mean
0.002865	25.52947	6.636453	25.99526

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	26.19524379	8.73174793	0.20	0.8975

The GLM Procedure
Least Squares Means
Adjustment for Multiple Comparisons: Tukey-Kramer

GROUPE	PGEN LSMEAN	LSMEAN Number
1	26.3653846	1
2	25.7291667	2
3	25.5555556	3
4	26.2982456	4

2.2.3 Tests d'indépendance Khi deux

Pearson's Chi-squared test

```
data: data$AGE and data$GROUPE
X-squared = 14.365, df = 12, p-value = 0.278
```

Pearson's Chi-squared test

```
data: data$GENRE and data$GROUPE
X-squared = 0.015729, df = 3, p-value = 0.9995
```

```
> table(data$AGE, data$GROUPE)
```

```

  1  2  3  4
1 40 38 37 42
2  1  1  2  4
3  1  3  4  1
4  9  4  9  4
5  1  2  2  6
```

```
> table(data$GENRE, data$GROUPE)
```

```

  1  2  3  4
0 20 19 21 22
1 32 29 33 35
```

2.3 Manipulation checks

Les résultats se basent sur la question Q9 du questionnaire. Ils proviennent du croisement entre la réponse du répondant à la question Q9 et les traitements auxquels il a été soumis. Par exemple, si le répondant a répondu que l'option « Confirmer la sélection » était surlignée en couleur alors qu'il appartenait au groupe expérimental 2 (absence de surlignage et 3 choix de consentement) ou qu'il a mis que l'option ne l'était pas alors qu'il appartenait au groupe 3 (surlignage et 10 choix de consentement), il a échoué face à l'effet de surlignage. La même réflexion s'est appliquée pour l'effet du nombre de choix de consentement.

Tableau de distribution des répondants ayant échoué face aux manipulation checks :

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Total
Effet de surlignage (Q9)	15	16	21	20	72
Effet du nombre de choix (Q9)	12	13	14	20	59

Tableau de répartition des réponses des répondants aux deux manipulation checks réunies :

	Taux de succès	Taux de succès partiel	Taux d'échec
Manipulation checks	51%	36%	13%

Légende :

- Taux de succès : le répondant a été capable d'identifier et se rappeler correctement de l'effet de surlignage et l'effet du nombre de choix de consentement auxquels il a fait face.
- Taux de succès partiel : le répondant a été capable d'identifier et se rappeler d'un des deux effets auxquels il a fait face.
- Taux d'échec : le répondant n'a pas été capable d'identifier et se rappeler de l'effet de surlignage et l'effet du nombre de choix de consentement auxquels il a fait face.

2.4 Test des hypothèses

2.4.1 Hypothèse 1 : Test en t – Effet de surlignage

Conditions du test en t :

Hypothèse de normalité des distributions :

SURLIGNAGE=0

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.00952	Std Deviation	4.73224
Median	12.00000	Variance	22.39414
Mode	8.00000	Range	20.00000
		Interquartile Range	8.00000

Tests for Normality			
Test	Statistic		p Value
Shapiro-Wilk	W	0.971699	Pr < W 0.0239
Kolmogorov-Smirnov	D	0.099504	Pr > D 0.0115
Cramer-von Mises	W-Sq	0.145373	Pr > W-Sq 0.0272
Anderson-Darling	A-Sq	0.865273	Pr > A-Sq 0.0253

SURLIGNAGE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	11.63208	Std Deviation	5.46909
Median	11.50000	Variance	29.91096
Mode	8.00000	Range	24.00000
		Interquartile Range	7.00000

Tests for Normality			
Test	Statistic		p Value
Shapiro-Wilk	W	0.952148	Pr < W 0.0008
Kolmogorov-Smirnov	D	0.124048	Pr > D <0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.175191	Pr > W-Sq 0.0110
Anderson-Darling	A-Sq	1.236306	Pr > A-Sq <0.0050

Hypothèse d'homogénéité des variances (Levene) :

Levene's Test for Homogeneity of CTR Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
SURLIGNAGE	1	19.1938	19.1938	2.28	0.1329
Error	209	1762.1	8.4311		

2.4.1.1 Résultat du test en t :

ANOVA

CTR

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.515	1	7.515	.287	.593
Within Groups	5469.641	209	26.171		
Total	5477.156	210			

Group Statistics

	SURLIGNAGE	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CTR	1	106	11.63	5.469	.531
	0	105	12.01	4.732	.462

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
CTR	Equal variances assumed	2.277	.133	-.536	209	.593	-.377	.704	-1.766	1.011
	Equal variances not assumed			-.536	205.298	.592	-.377	.704	-1.765	1.010

2.4.1.2 Test Khi-deux sur le choix des options de consentement (OPTIONS)

Les groupes expérimentaux et options de consentement :

OPTIONS * GROUPE Crosstabulation

Count

		GROUPE				Total
		1	2	3	4	
OPTIONS	1	28	24	21	25	98
	2	21	15	15	20	71
	3	3	8	15	9	35
	4	0	1	3	3	7
Total		52	48	54	57	211

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.040 ^a	9	.121
Likelihood Ratio	16.114	9	.065
Linear-by-Linear Association	5.298	1	.021
N of Valid Cases	211		

L'effet de surlignage et options de consentement :

OPTIONS * SURLIGNAGE Crosstabulation

Count

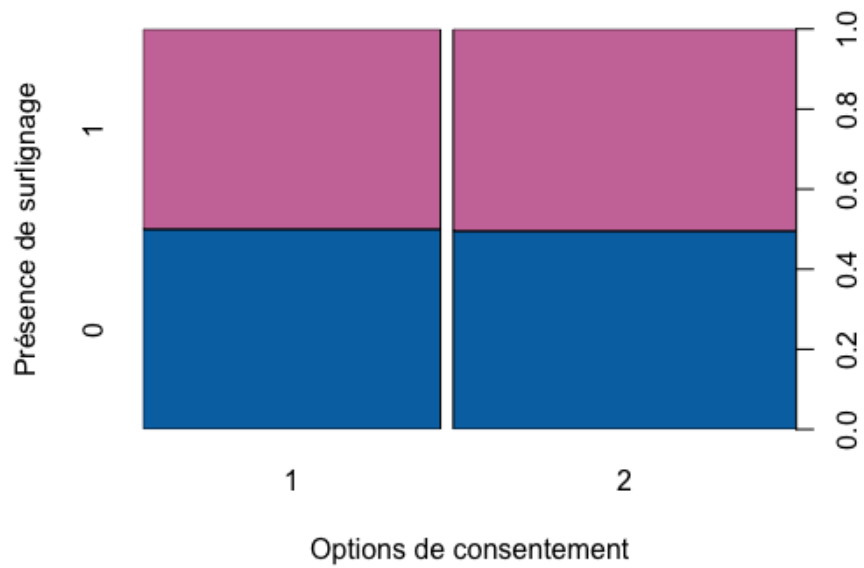
		SURLIGNAGE		Total
		0	1	
OPTIONS	1	49	49	98
	2	35	36	71
	3	17	18	35
	4	4	3	7
Total		105	106	211

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	.181 ^a	3	.981
Likelihood Ratio	.181	3	.981
Linear-by-Linear Association	.004	1	.950
N of Valid Cases	211		

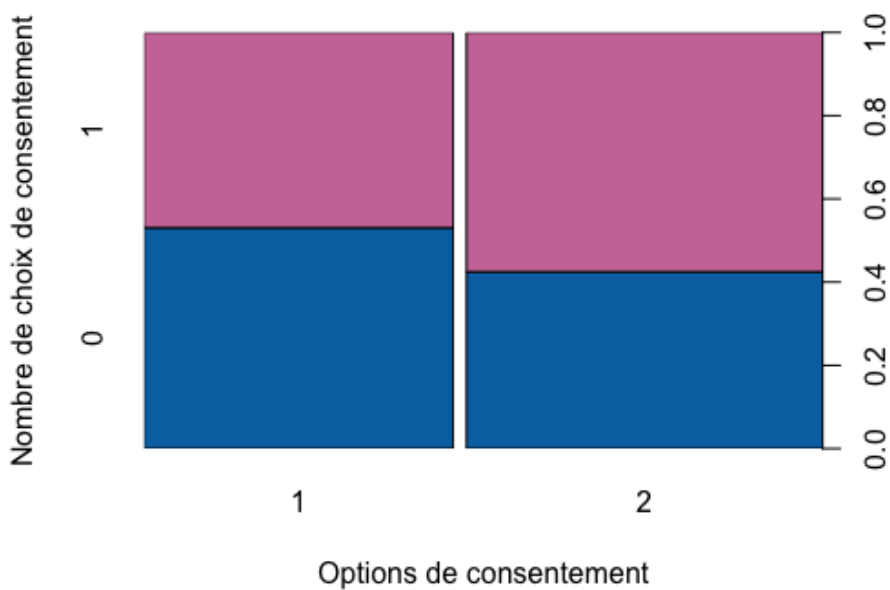
2.4.1.3 Illustration de la répartition des options de consentement réduites par rapport à l'effet de surlignage

Les options, dans ce cas-ci, ont été réduites en 2 groupes ; Option « Tout confirmer » (option 1) et Option « Confirmer la sélection » (option 2, 3 et 4).



2.4.1.4 Illustration de la répartition des options de consentement réduites par rapport à l'effet du nombre de choix de consentement

Les options, dans ce cas-ci, ont été réduites en 2 groupes ; Option « Tout confirmer » (option 1) et Option « Confirmer la sélection » (option 2, 3 et 4).



2.4.1.5 Test khi-deux pour l'intérêt de lire l'explication des catégories de consentement (ADD)

L'effet de surlignage :

ADD * SURLIGNAGE Crosstabulation

Count

		SURLIGNAGE		Total
		0	1	
ADD	1	22	21	43
	2	83	85	168
Total		105	106	211

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.042 ^a	1	.837		
Continuity Correction ^b	.001	1	.972		
Likelihood Ratio	.042	1	.837		
Fisher's Exact Test				.866	.486
Linear-by-Linear Association	.042	1	.837		
N of Valid Cases	211				

L'effet du nombre de choix de consentement :

ADD * NB_CHOIX Crosstabulation

Count

		NB_CHOIX		Total
		0	1	
ADD	1	23	20	43
	2	77	91	168
Total		100	111	211

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.805 ^a	1	.370		
Continuity Correction ^b	.527	1	.468		
Likelihood Ratio	.804	1	.370		
Fisher's Exact Test				.396	.234
Linear-by-Linear Association	.801	1	.371		
N of Valid Cases	211				

Les groupes expérimentaux :

ADD * GROUPE Crosstabulation

Count		GROUPE				Total
		1	2	3	4	
ADD	1	14	9	7	13	43
	2	38	39	47	44	168
Total		52	48	54	57	211

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.488 ^a	3	.322
Likelihood Ratio	3.598	3	.308
Linear-by-Linear Association	.489	1	.485
N of Valid Cases	211		

2.4.2 Hypothèse 2 : Test en t – Effet du nombre de choix de consentement

Conditions du test en t :

Hypothèse de normalité des distributions :

NB_CHOIX=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	11.01802	Std Deviation	4.77109
Median	11.00000	Variance	22.76331
Mode	8.00000	Range	20.00000
		Interquartile Range	7.00000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.957322	Pr < W	0.0013
Kolmogorov-Smirnov	D	0.114291	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.166218	Pr > W-Sq	0.0155
Anderson-Darling	A-Sq	1.133075	Pr > A-Sq	0.0057

NB_CHOIX=0

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	12.71000	Std Deviation	5.33957
Median	12.00000	Variance	28.51101
Mode	8.00000	Range	24.00000
		Interquartile Range	8.50000

Tests for Normality				
Test	Statistic		p Value	
Shapiro-Wilk	W	0.969554	Pr < W	0.0204
Kolmogorov-Smirnov	D	0.111137	Pr > D	<0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.141732	Pr > W-Sq	0.0313
Anderson-Darling	A-Sq	0.878539	Pr > A-Sq	0.0239

Hypothèse d'homogénéité des variances (Levene):

Levene's Test for Homogeneity of CTR Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
NB_CHOIX	1	10.4265	10.4265	1.31	0.2543
Error	209	1667.5	7.9783		

2.4.2.1 Test en t :

ANOVA

CTR

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	150.602	1	150.602	5.909	.016
Within Groups	5326.554	209	25.486		
Total	5477.156	210			

Group Statistics

	NB_CHOIX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CTR	1	111	11.02	4.771	.453
	0	100	12.71	5.340	.534

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
CTR	Equal variances assumed	1.307	.254	-2.431	209	.016	-1.692	.696	-3.064	-.320
	Equal variances not assumed			-2.417	199.667	.017	-1.692	.700	-3.073	-.311

2.4.2.2 Test Khi-deux sur le choix des options de consentement (OPTIONS)

Effet du nombre de choix de consentement :

OPTIONS * NB_CHOIX Crosstabulation

Count

		NB_CHOIX		Total
		0	1	
OPTIONS	1	52	46	98
	2	36	35	71
	3	11	24	35
	4	1	6	7
Total		100	111	211

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.230 ^a	3	.041
Likelihood Ratio	8.717	3	.033
Linear-by-Linear Association	6.641	1	.010
N of Valid Cases	211		

2.4.3 Hypothèse 3 : Régression linéaire du contrôle perçu sur les préoccupations situationnelles relatives à la vie privée

Régression linéaire :

Number of Observations Read		211						
Number of Observations Used		211						
Analysis of Variance								
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F			
Model	1	356.05687	356.05687	17.10	<.0001			
Error	209	4352.89100	20.82723					
Corrected Total	210	4708.94787						
Root MSE		4.56369	R-Square	0.0756				
Dependent Mean		15.59242	Adj R-Sq	0.0712				
Coeff Var		29.26862						
Parameter Estimates								
Variable	DF	Parameter Estimate	Standard Error	t Value	Pr > t	Type I SS	Type II SS	Standardized Estimate
Intercept	1	18.60609	0.79370	23.44	<.0001	51299	11445	0
CTR	1	-0.25497	0.06166	-4.13	<.0001	356.05687	356.05687	-0.27498

2.4.4 Hypothèse 4 : Modèle médiateur - confiance en ligne

Model : 4
 Y : PSIT
 X : CTR
 M : CONF

Sample
 Size: 211

OUTCOME VARIABLE:

CONF

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.5671	.3216	20.6708	99.0955	1.0000	209.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	7.0749	.7907	8.9475	.0000	5.5161	8.6337
CTR	.6115	.0614	9.9547	.0000	.4904	.7327

OUTCOME VARIABLE:

PSIT

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.4102	.1683	18.8298	21.0396	2.0000	208.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	20.8544	.8875	23.4971	.0000	19.1047	22.6041
CTR	-.0606	.0712	-.8516	.3954	-.2010	.0797
CONF	-.3178	.0660	-4.8135	.0000	-.4479	-.1876

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-.0606	.0712	-.8516	.3954	-.2010	.0797

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
CONF	-.1943	.0504	-.3011	-.1031

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

2.4.5 Hypothèse 5 : Régression linéaire des préoccupations situationnelles relatives à la vie privée sur les intentions comportementales

2.4.5.1 Régression linéaire avec la variable de l'intention d'achat :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.421	.296		18.287	<.001
	PSIT_MOY	-.213	.073	-.199	-2.933	.004

a. Dependent Variable: ACH_MOY

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.414	1	13.414	8.603	.004 ^b
	Residual	325.878	209	1.559		
	Total	339.291	210			

a. Dependent Variable: ACH_MOY

b. Predictors: (Constant), PSIT_MOY

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.199 ^a	.040	.035	1.248688617

a. Predictors: (Constant), PSIT_MOY

2.4.5.2 Régression linéaire avec la variable de l'intention de rachat :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.866	.252		19.289	<.001
	PSIT_MOY	-.159	.062	-.175	-2.567	.011

a. Dependent Variable: RACH_MOY

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.437	1	7.437	6.587	.011 ^b
	Residual	235.970	209	1.129		
	Total	243.407	210			

a. Dependent Variable: RACH_MOY

b. Predictors: (Constant), PSIT_MOY

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.175 ^a	.031	.026	1.062564236

a. Predictors: (Constant), PSIT_MOY

2.4.5.3 Régression linéaire avec la variable de l'intention de faire du bouche-à-oreille

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.200	.176		29.588	<.001
	PSIT_MOY	-.165	.043	-.255	-3.815	<.001

a. Dependent Variable: WOM_MOY

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.972	1	7.972	14.552	<.001 ^b
	Residual	114.504	209	.548		
	Total	122.476	210			

a. Dependent Variable: WOM_MOY

b. Predictors: (Constant), PSIT_MOY

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.255 ^a	.065	.061	.74018

a. Predictors: (Constant), PSIT_MOY

2.4.6 Hypothèse 6a : Modèle modérateur – besoin de cognition

```

Model : 1
  Y : CTR_MOY
  X : SURLIGNA
  W : COGN_MOY

Sample
Size: 211

OUTCOME VARIABLE:
CTR_MOY

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
      .0385   .0015   1.6513   .1025   3.0000   207.0000   .9585

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant   2.9158   .5938   4.9107   .0000   1.7452   4.0864
SURLIGNA    .0120   .9057   .0133   .9894  -1.7736   1.7976
COGN_MOY    .0197   .1323   .1492   .8815   -.2411   .2806
Int_1     -.0240   .1970  -.1220   .9030   -.4125   .3644

Product terms key:
Int_1      :      SURLIGNA x      COGN_MOY

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
      R2-chng      F      df1      df2      p
X*W    .0001      .0149   1.0000   207.0000   .9030

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95.0000

```

2.4.7 Hypothèse 6b : Modèle modérateur – besoin de cognition

```

Model : 1
  Y : CTR_MOY
  X : NB_CHOIX
  W : COGN_MOY

Sample
Size: 211

```

OUTCOME VARIABLE:
CTR_MOY

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.1764	.0311	1.6023	2.2164	3.0000	207.0000	.0873

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	3.6489	.6675	5.4666	.0000	2.3329	4.9648
NB_CHOIX	-1.1848	.8877	-1.3347	.1834	-2.9350	.5653
COGN_MOY	-.1037	.1441	-.7193	.4728	-.3879	.1805
Int_1	.1689	.1932	.8743	.3830	-.2120	.5498

Product terms key:

Int_1 : NB_CHOIX x COGN_MOY

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
X*W	.0036	.7644	1.0000	207.0000	.3830

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95.0000

2.4.8 Analyse descriptive et modèle de médiation - personnalisation perçue

2.4.8.1 Analyse descriptive

Summary Statistics				
Results				
The MEANS Procedure				
Analysis Variable : PERS_MOY				
Mean	Std Dev	Minimum	Maximum	N
5.1433649	0.9260791	1.0000000	7.0000000	211

2.4.8.2 Test ANOVA

Condition ANOVA:

GROUPE=1

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	5.014423	Std Deviation	0.87225
Median	5.000000	Variance	0.76082
Mode	5.000000	Range	3.75000
		Interquartile Range	1.25000

Tests for Normality			
Test	Statistic		p Value
Shapiro-Wilk	W	0.971637	Pr < W 0.2476
Kolmogorov-Smirnov	D	0.128019	Pr > D 0.0325
Cramer-von Mises	W-Sq	0.101637	Pr > W-Sq 0.1053
Anderson-Darling	A-Sq	0.567332	Pr > A-Sq 0.1393

GROUPE=2

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	5.234375	Std Deviation	0.96949
Median	5.000000	Variance	0.93991
Mode	5.000000	Range	5.00000
		Interquartile Range	1.00000

Tests for Normality			
Test	Statistic		p Value
Shapiro-Wilk	W	0.931809	Pr < W 0.0080
Kolmogorov-Smirnov	D	0.178847	Pr > D <0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.208095	Pr > W-Sq <0.0050
Anderson-Darling	A-Sq	1.121189	Pr > A-Sq 0.0058

GROUPE=3

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	5.134259	Std Deviation	0.99018
Median	5.000000	Variance	0.98046
Mode	4.750000	Range	6.00000
		Interquartile Range	1.00000

Note: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count of 8.

Tests for Normality			
Test	Statistic		p Value
Shapiro-Wilk	W	0.908374	Pr < W 0.0006
Kolmogorov-Smirnov	D	0.120141	Pr > D 0.0498
Cramer-von Mises	W-Sq	0.13455	Pr > W-Sq 0.0389
Anderson-Darling	A-Sq	0.906459	Pr > A-Sq 0.0207

GROUPE=4

Basic Statistical Measures			
Location		Variability	
Mean	5.192982	Std Deviation	0.88391
Median	5.000000	Variance	0.78129
Mode	4.750000	Range	3.75000
		Interquartile Range	1.00000

Note: The mode displayed is the smallest of 2 modes with a count of 10.

Tests for Normality			
Test	Statistic		p Value
Shapiro-Wilk	W	0.971628	Pr < W 0.1996
Kolmogorov-Smirnov	D	0.147817	Pr > D <0.0100
Cramer-von Mises	W-Sq	0.116816	Pr > W-Sq 0.0685
Anderson-Darling	A-Sq	0.626177	Pr > A-Sq 0.0984

Levene's Test for Homogeneity of PERS_MOY Variance ANOVA of Absolute Deviations from Group Means					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	0.1417	0.0472	0.13	0.9407
Error	207	73.8177	0.3566		

Test ANOVA:

Dependent Variable: PERS_MOY					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Value	Pr > F
Model	3	1.4069336	0.4689779	0.54	0.6532
Error	207	178.6937773	0.8632550		
Corrected Total	210	180.1007109			

R-Square	Coeff Var	Root MSE	PERS_MOY Mean
0.007812	18.06434	0.929115	5.143365

Source	DF	Type III SS	Mean Square	F Value	Pr > F
GROUPE	3	1.40693361	0.46897787	0.54	0.6532

The GLM Procedure
Least Squares Means
Adjustment for Multiple Comparisons: Bonferroni

GROUPE	PERS_MOY LSMEAN	LSMEAN Number
1	5.01442308	1
2	5.23437500	2
3	5.13425926	3
4	5.19298246	4

2.4.8.3 Modèle de médiation – Personnalisation perçue

```

Model : 4
  Y : PSIT_MOY
  X : PERS_MOY
  M : CTR_MOY

Sample
Size: 211

*****
OUTCOME VARIABLE:
CTR_MOY

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
      .0203   .0004   1.6372   .0865   1.0000   209.0000   .7690

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant   2.8108   .4982   5.6414   .0000   1.8285   3.7930
PERS_MOY   .0280   .0953   .2941   .7690   -.1599   .2160

*****
OUTCOME VARIABLE:
PSIT_MOY

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
      .3043   .0926   1.2839   10.6138   2.0000   208.0000   .0000

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant   5.5015   .4736  11.6158   .0000   4.5678   6.4352
PERS_MOY  -.1667   .0845  -1.9736   .0498   -.3332   -.0002
CTR_MOY   -.2525   .0613  -4.1222   .0001   -.3733   -.1317

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y
      Effect      se      t      p      LLCI      ULCI
      -.1667   .0845  -1.9736   .0498   -.3332   -.0002

Indirect effect(s) of X on Y:
      Effect      BootSE      BootLLCI      BootULCI
CTR_MOY   -.0071   .0277   -.0655   .0458

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

```

2.4.9 Analyse descriptive des variables dépendantes

GROUPE	N Obs	Variable	Mean	Std Dev	Minimum	Maximum	N
1	52	CONF	15.3076923	4.9091290	4.0000000	24.0000000	52
		PSIT	15.8076923	5.1298376	6.0000000	28.0000000	52
		WOM	17.7884615	3.2257332	11.0000000	28.0000000	52
		ACH	13.6730769	3.2097960	6.0000000	21.0000000	52
		RACH	12.7115385	2.7104485	7.0000000	21.0000000	52
		PERS	20.0576923	3.4889937	13.0000000	28.0000000	52
		COGN	27.8076923	4.8468242	18.0000000	41.0000000	52
		CTR	12.7307692	5.4812171	4.0000000	28.0000000	52
2	48	CONF	14.7291667	5.6858899	4.0000000	24.0000000	48
		PSIT	14.6875000	4.9213225	6.0000000	25.0000000	48
		WOM	18.9166667	3.4630778	9.0000000	24.0000000	48
		ACH	13.5833333	3.7006804	5.0000000	20.0000000	48
		RACH	13.1875000	2.8706605	6.0000000	18.0000000	48
		PERS	20.9375000	3.8779587	8.0000000	28.0000000	48
		COGN	26.7083333	5.7388498	6.0000000	36.0000000	48
		CTR	12.6875000	5.2396047	4.0000000	24.0000000	48
3	54	CONF	13.2962963	5.8200358	4.0000000	26.0000000	54
		PSIT	15.5370370	4.4285223	8.0000000	26.0000000	54
		WOM	18.2037037	2.3179336	13.0000000	23.0000000	54
		ACH	14.3518519	3.8173260	3.0000000	21.0000000	54
		RACH	12.7037037	3.5746995	3.0000000	18.0000000	54
		PERS	20.5370370	3.9607173	4.0000000	28.0000000	54
		COGN	27.4814815	5.4763324	15.0000000	42.0000000	54
		CTR	10.5740741	5.2936482	4.0000000	24.0000000	54
4	57	CONF	13.9824561	5.5145626	4.0000000	24.0000000	57
		PSIT	16.2105263	4.4830508	8.0000000	26.0000000	57
		WOM	18.0877193	3.1241039	10.0000000	26.0000000	57
		ACH	13.4561404	4.4040167	3.0000000	21.0000000	57
		RACH	12.4210526	3.6250486	3.0000000	21.0000000	57
		PERS	20.7719298	3.5356225	13.0000000	28.0000000	57
		COGN	25.9824561	5.7211738	12.0000000	40.0000000	57
		CTR	11.4385965	4.2216176	4.0000000	23.0000000	57