

Observatoire de l'Internet Mobile

*Consommation accrue du multimédia mobile :
opportunité pour les marques et les agences d'enrichir
les stratégies médias*

2^{ème} édition - 8 juin 2010

2 acteurs majeurs de la communication mobile réunis pour cette étude



GroupM regroupe les activités médias de WPP et opère dans les domaines du conseil et de l'achat média, de la création de contenu, de l'événementiel et de l'internet, et dans le développement d'outils propriétaires médias. En France GroupM regroupe Mediacom, MEC, Mindshare et KR Media. C'est le troisième groupe d'agences médias français (source RECMA Juin 2009)



La Régie publicitaire de SFR met efficacement les marques/enseignes en relation avec les clients SFR pour les recruter et de les fidéliser. Nous créons donc des dispositifs sur mesure, mixant display (bannières publicitaires sur le mobile), marketing direct et sponsoring de contenus.



En 2010, SFR régie est LA régie mobile innovante, qui propose aux annonceurs et à leurs agences 2 solutions marketing mobiles exclusives :

- Personal Advertising : les marques choisissent les clients SFR auxquels elles veulent parler (les bannières publicitaires ne s'affichent qu'aux clients mobiles de la cible définie par la marque)
- Mobile Street Marketing: les clients SFR reçoivent un SMS promotionnel quand ils passent à 200 mètres d'un point de vente (50 zones commerciales Paris / RP à date, extension nationale S2 2010)

Méthodologie

- Etude administrée au travers de l'Access Panel Propriétaire GroupM, représentatif population nationale 16-65 ans
- Date du terrain : du 11 au 18 mars 2010
- Répondants : 899 individus 16-65 ans (redressés sur la population Française 16-65 ans en terme de sexe, âge, CSP et région UDA5)

Enseignements clés

- 1- Des usages qui se renforcent : le mobile devient un « outil média » quotidien
- 2- L'essor des Smartphones contribue à cette croissance des usages
- 3- L'audience reste concentrée sur les portails des opérateurs, même avec un Smartphone
- 4- La consommation du média mobile, permanente sur toute la journée, offre des opportunités de complémentarité avec les autres médias
- 5- Des « mobinautes » en demande d'informations commerciales adaptées au contexte de consommation du mobile

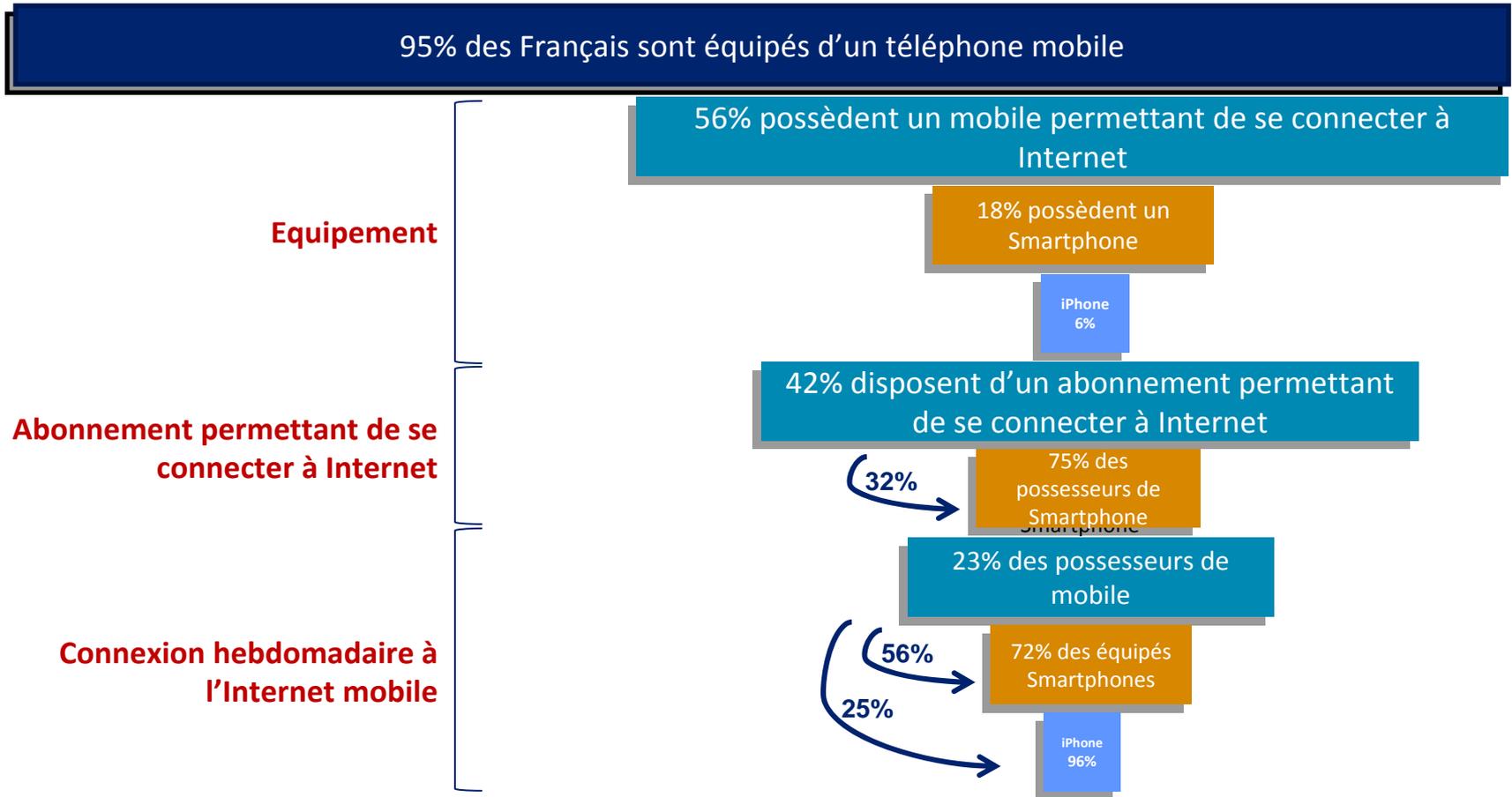
1- Des usages qui se renforcent :
le mobile devient un «outil
média» quotidien

Des terminaux de plus en plus connectés qui impactent les usages mobiles

Usages



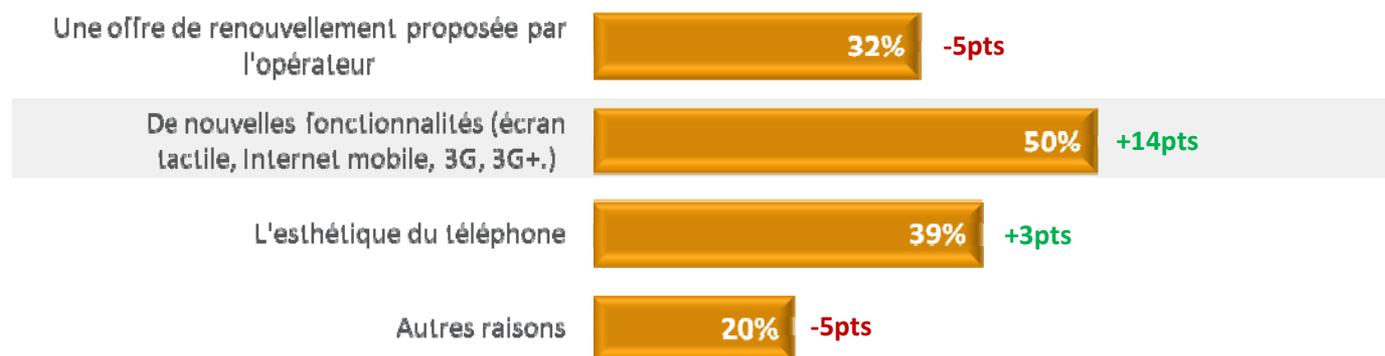
Des usages liés aux équipements



Une appétence renforcée pour le multimédia

45% des possesseurs de mobile ont changé de terminal au cours des 12 derniers mois

Raisons du changement (évolutions vs 2009)



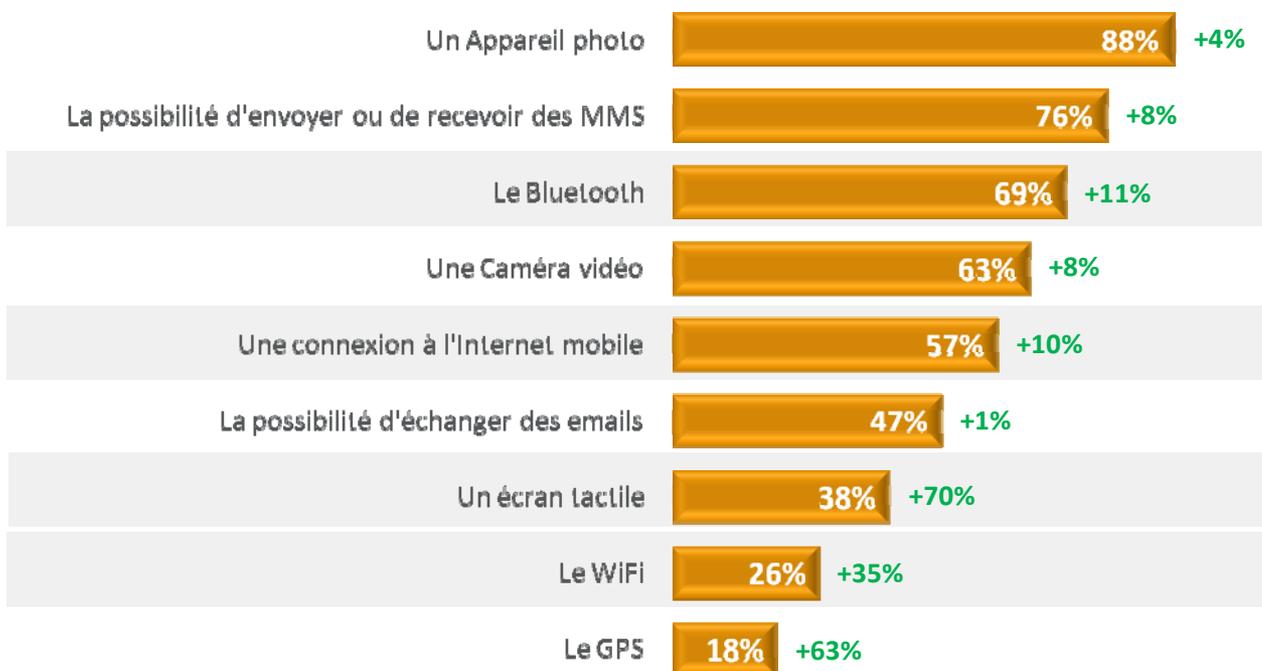
Question : Quels ont été vos principaux critères de choix lors de ce changement ?

Base : a changé de téléphone au cours des 12 derniers mois

Des terminaux de plus en plus connectés

22,3 millions des 16-65 ans possèdent un téléphone capable de se connecter sur Internet*

Fonctions du terminal (évolutions vs 2009)



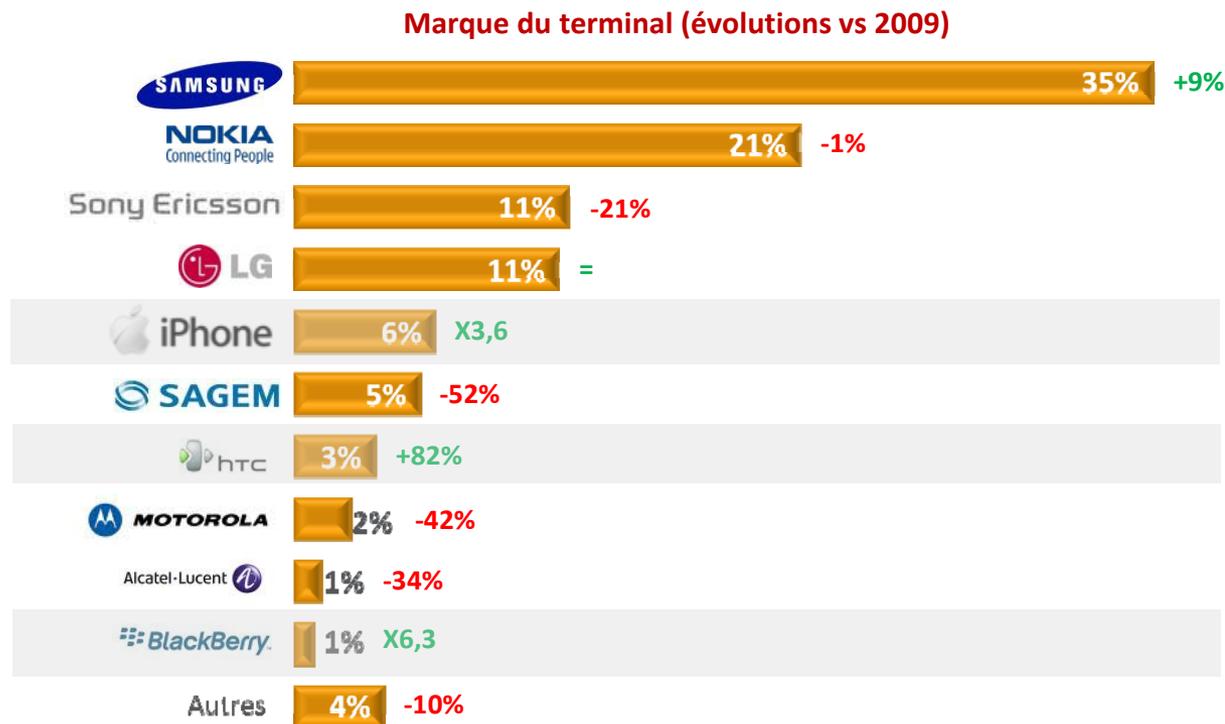
Progression de la connectivité et de l'ergonomie

Question : De quelles fonctionnalités dispose votre téléphone mobile à votre connaissance ?

*Soit 57% des 16-65 ans (Base effectif pondéré Population 16-65 ans Observatoire des Usages Internet Médiamétrie)

Une percée des spécialistes du Smartphone

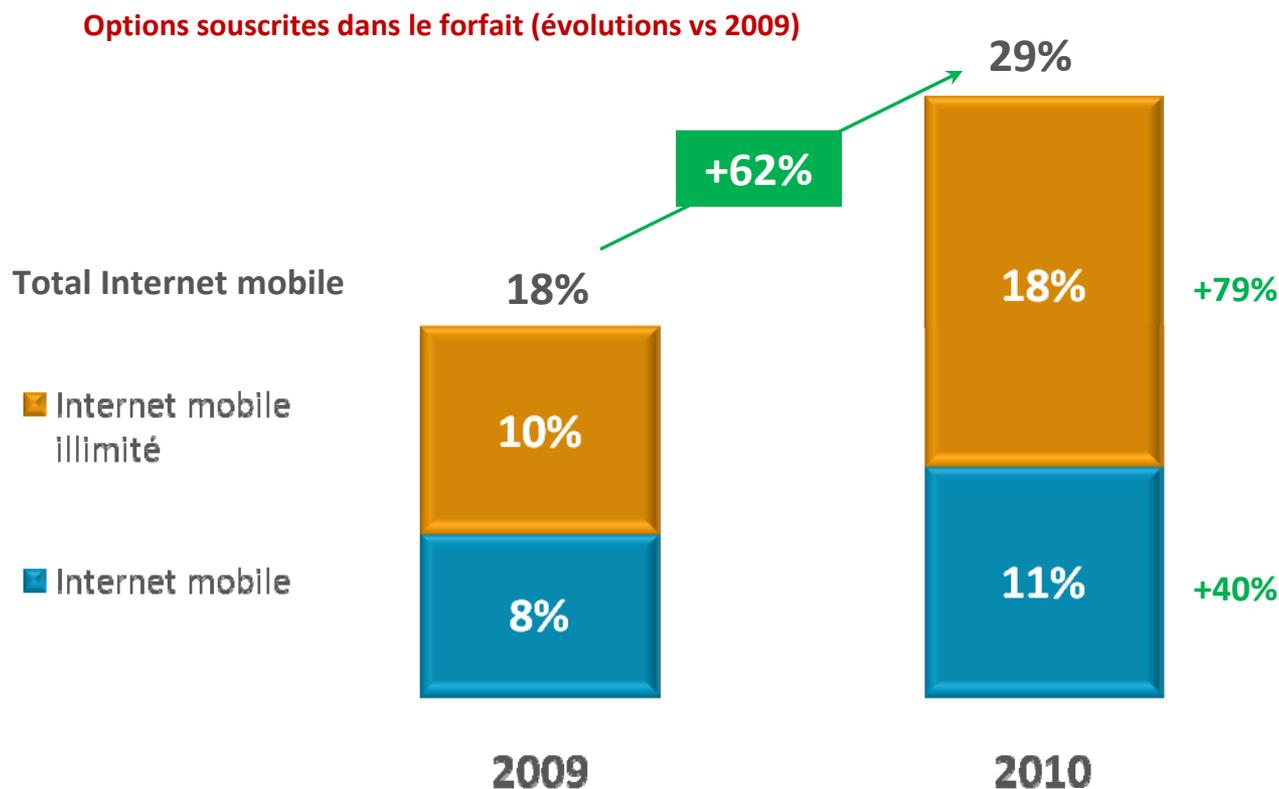
*Les plus fortes progressions pour Apple, HTC & Blackberry,
(mais ne représentent que 10% des équipés mobiles)*



Question : Quelle est la marque de votre téléphone mobile ?

10

Une progression des options Internet

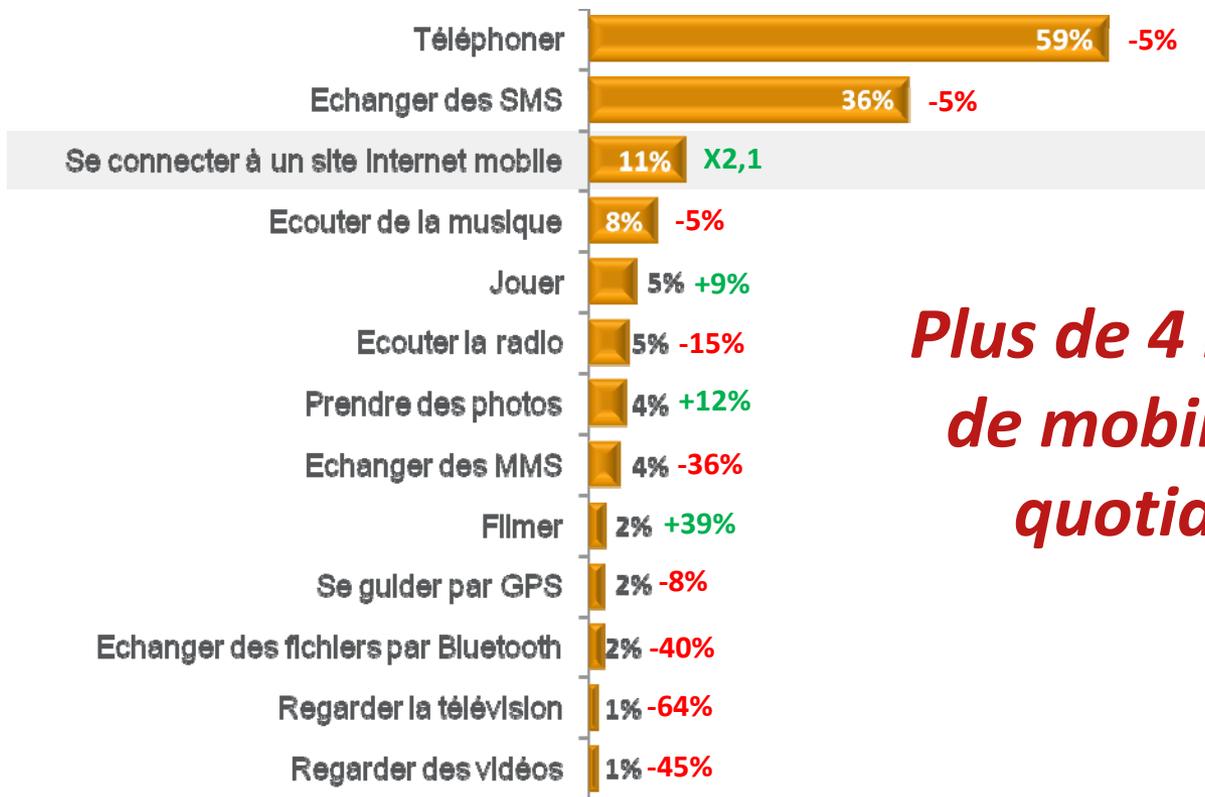


Question : Parmi les options suivantes, quelles sont celles dont vous disposez avec votre forfait ou votre carte prépayée ?

11

L'Internet mobile est devenu le troisième usage quotidien

Utilisation quotidienne (évolution vs 2009)



**Plus de 4 millions
de mobinautes
quotidiens**

Question : Parmi les fonctionnalités suivantes, lesquelles utilisez vous – Tous les jours ?

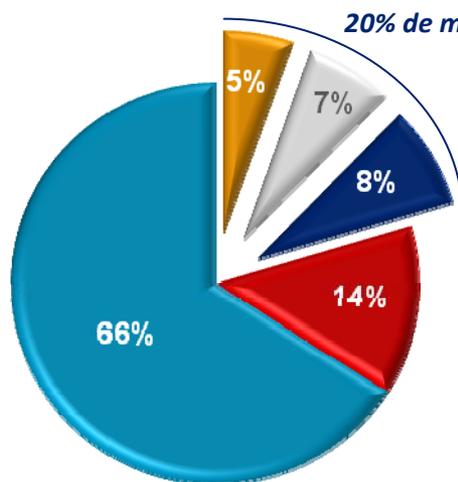
1 Français sur 4 se connecte au moins une fois par semaine



et 2 fois plus de mobinautes quotidiens en 1 an

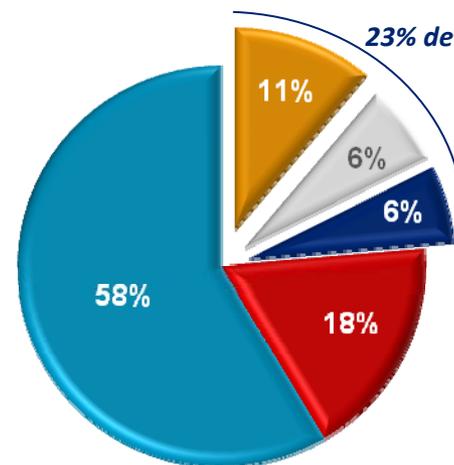
Connexion à un site Internet Mobile

2009



- Tous les jours
- 3 à 4 fois par semaine
- 1 à 2 fois par semaine
- Moins souvent
- Jamais

2010



Question : Parmi les fonctionnalités suivantes, lesquelles utilisez vous - fonctionnalité « se connecter à un site Internet » ?

13

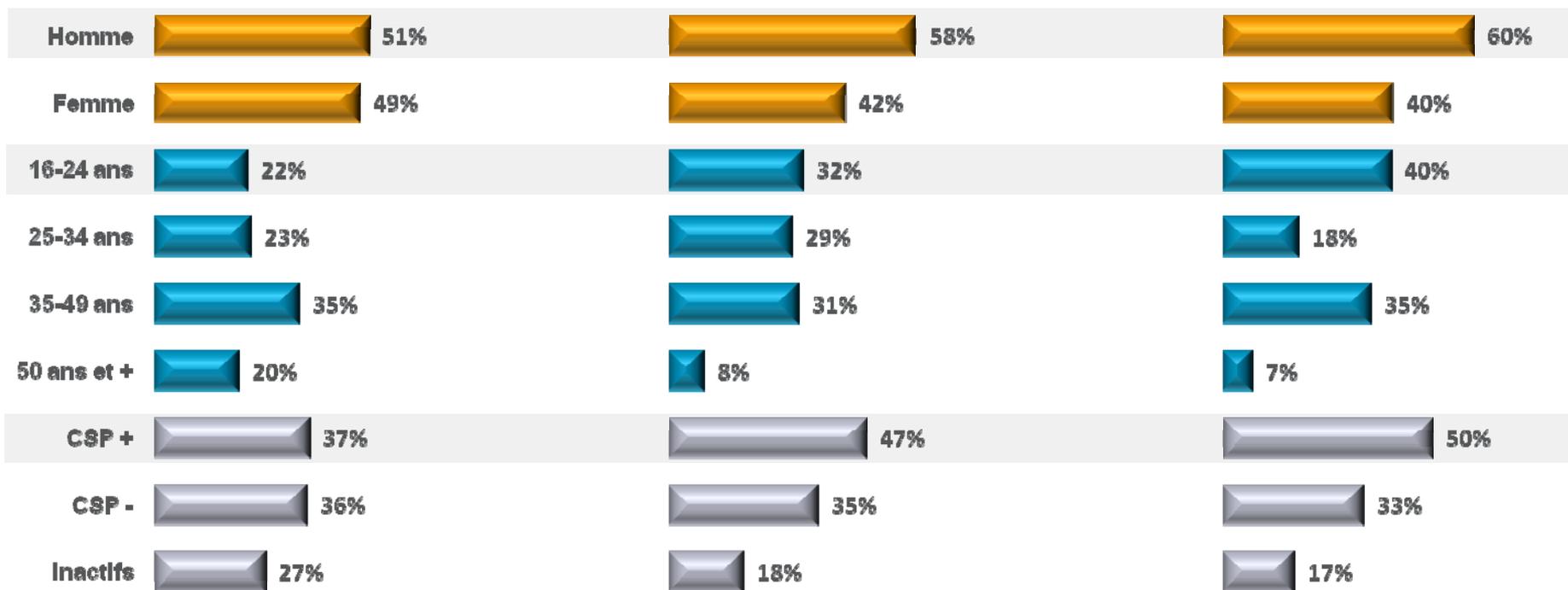
Des Heavy Users plutôt masculins / jeunes / CSP+

Profil socio-démographique

Possesseurs Portable

Au moins une fois par semaine

Tous les Jours ou presque



Focus sur les abonnés Internet Mobile*

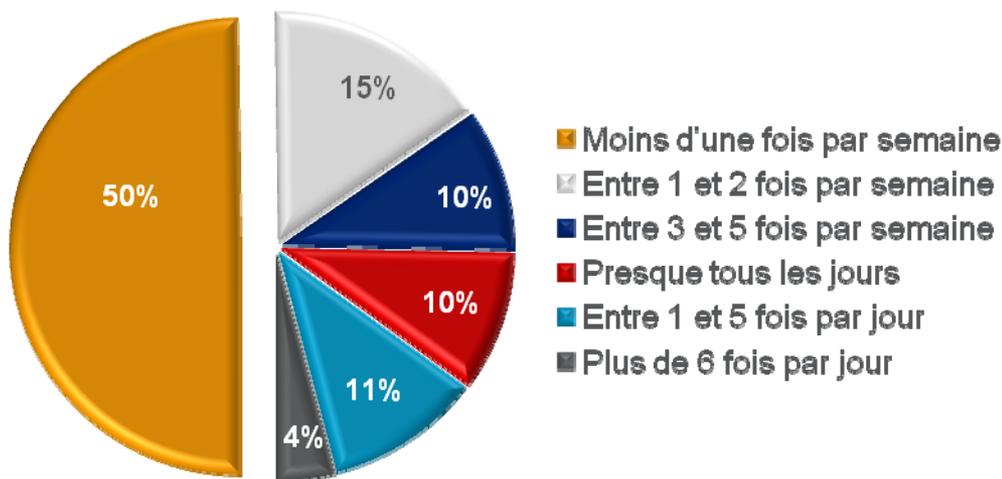
Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

15

50% des abonnés Internet se connectent au moins une fois par semaine

31 sessions Web Mobile par mois en moyenne *

Fréquence de connexion



25% des abonnés se connectent tous les jours ou presque

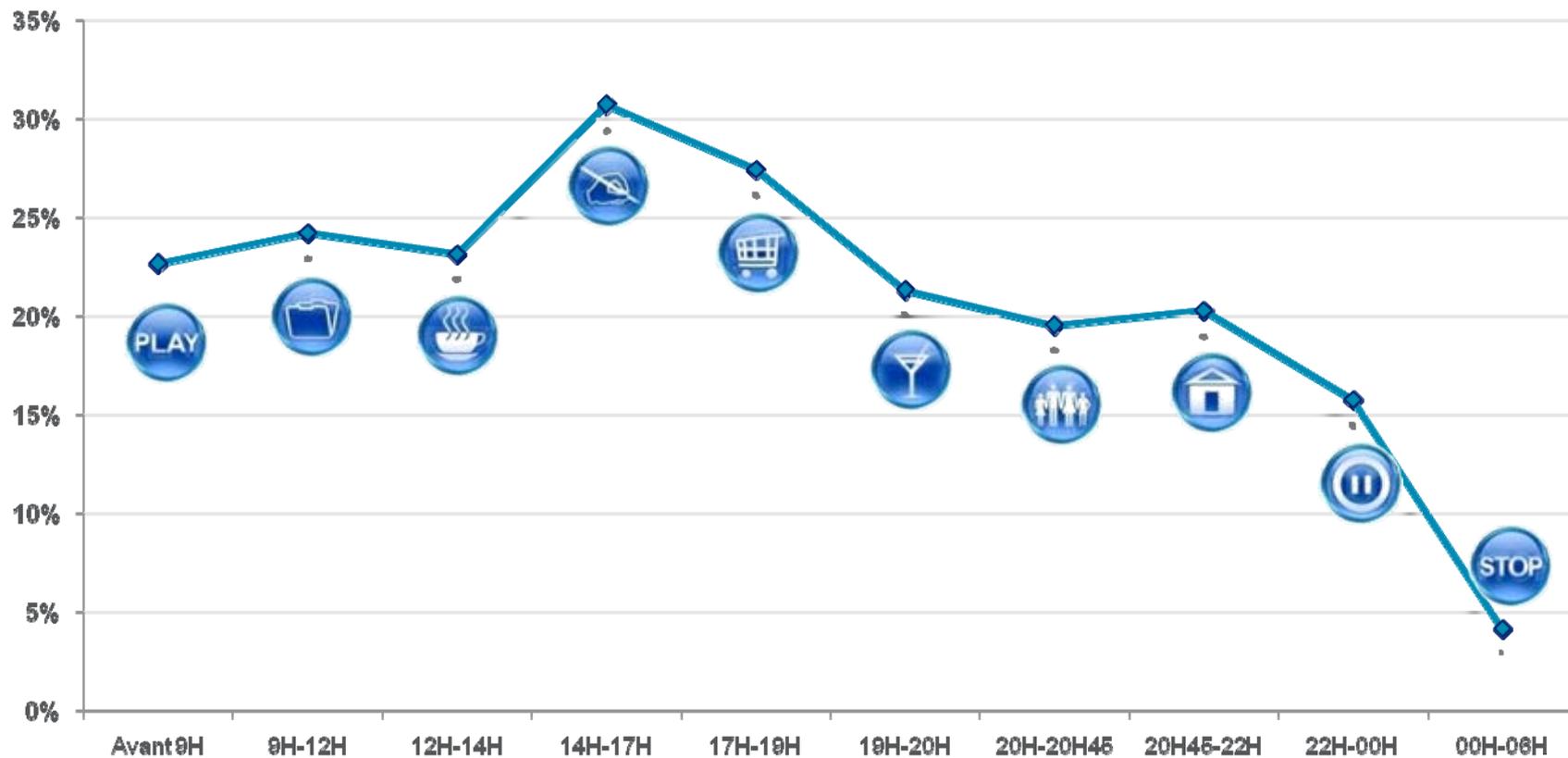


**Contre 52 sessions par mois sur l'Internet Fixe pour la moyenne des Internautes*

Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

Une connexion sur l'ensemble de la journée

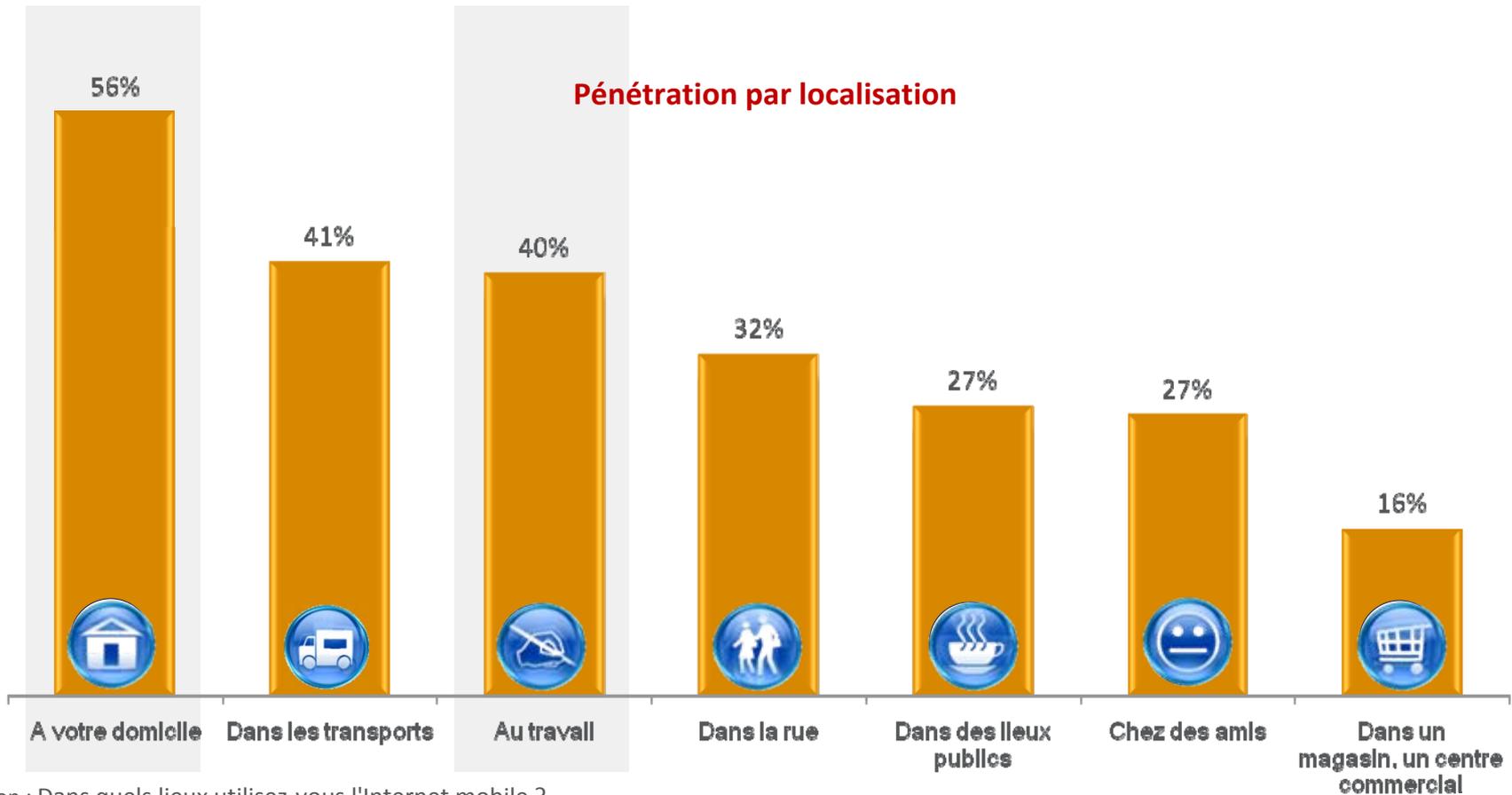
Pénétration par tranche horaire



Question : En général, à quel(s) moment(s) de la journée vous connectez-vous ?

Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soit 42% de la population équipée mobile

Un web mobile compagnon... ... et pas seulement en mobilité



Question : Dans quels lieux utilisez-vous l'Internet mobile ?

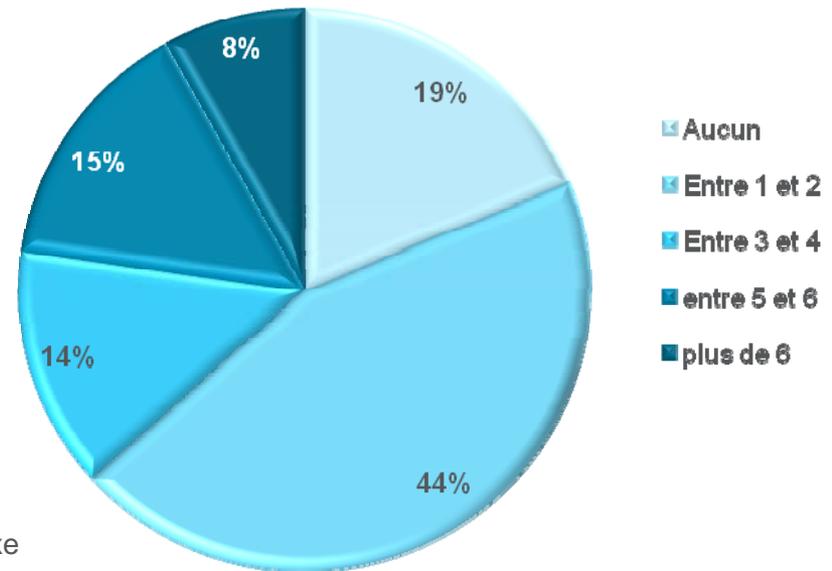
Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soit 42% de la population équipée mobile

La consommation web mobile

3 sites mobiles par jour en moyenne *



Nombre de sites consultés sur un jour moyen



*Contre plus de 5 « brands » différentes par jour pour l'Internet fixe

Question : Sur un jour moyen, combien de sites mobiles différents visitez-vous ?
Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

2- L'essor des Smartphones contribue à cette croissance des usages

Des possesseurs plutôt masculins et CSP+

18%

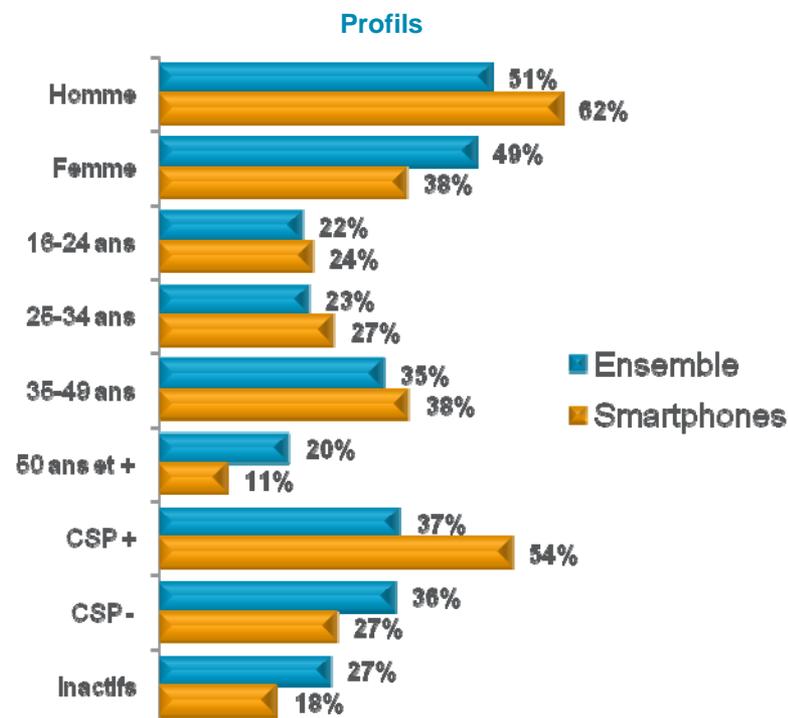


Des possesseurs de portable sont équipés d'un Smartphone

64% dispose d'une option Internet

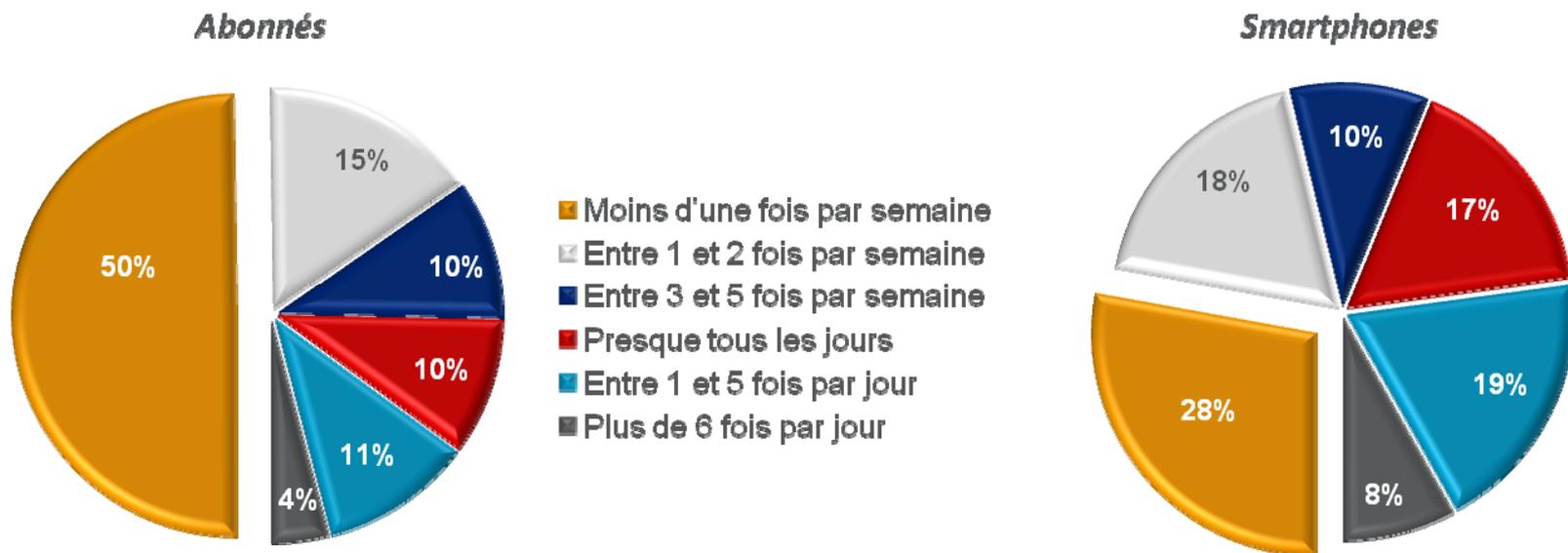
50% dispose de l'Internet Illimité

Smartphone : définition basée sur les caractéristiques du terminal (type d'OS, type de connexion, fonction de géo localisation, téléchargement d'application, APN)



Une fréquence de connexion plus élevée

44% des possesseurs de Smartphones se connectent tous les jours ou presque (vs 25% pour la moyenne des abonnés Internet)



Question : En moyenne, à quelle fréquence vous connectez-vous à l'Internet Mobile en dehors des e-mails (Site mobile, Portail de l'opérateur, Application Internet etc.)?

Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile & base : possesseurs de smartphone

Le web mobile sur Smartphone



En moyenne **56** sessions par mois pour les équipés Smartphone

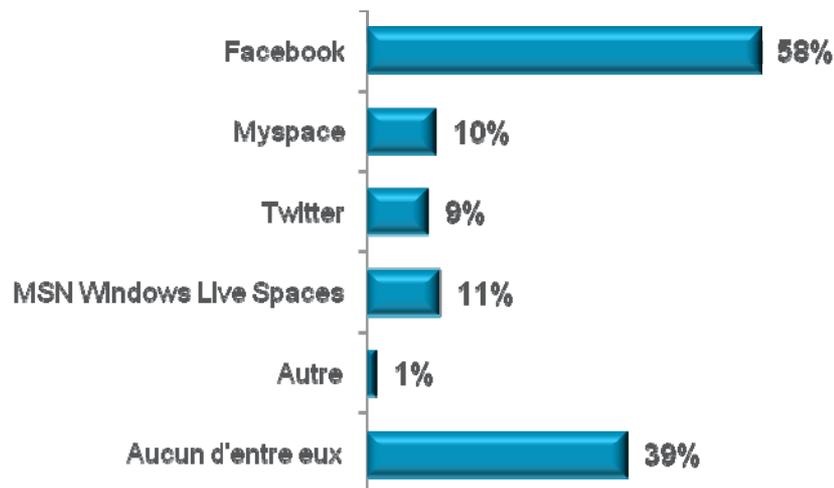
4,5

sites mobiles par jour en moyenne



55% utilisent des services de géolocalisation

Utilisation des réseaux sociaux



Question : Avez-vous, au cours des 6 derniers mois, consulté un site de réseau social suivant depuis votre mobile ?
Base : possesseurs de smartphone, soient 18% de la population équipée de mobiles

Les applications, l'autre façon de se connecter

84% des possesseurs de Smartphone disposent d'au moins une application

Ces derniers possèdent en moyenne :

15 applications gratuites

2 applications payantes



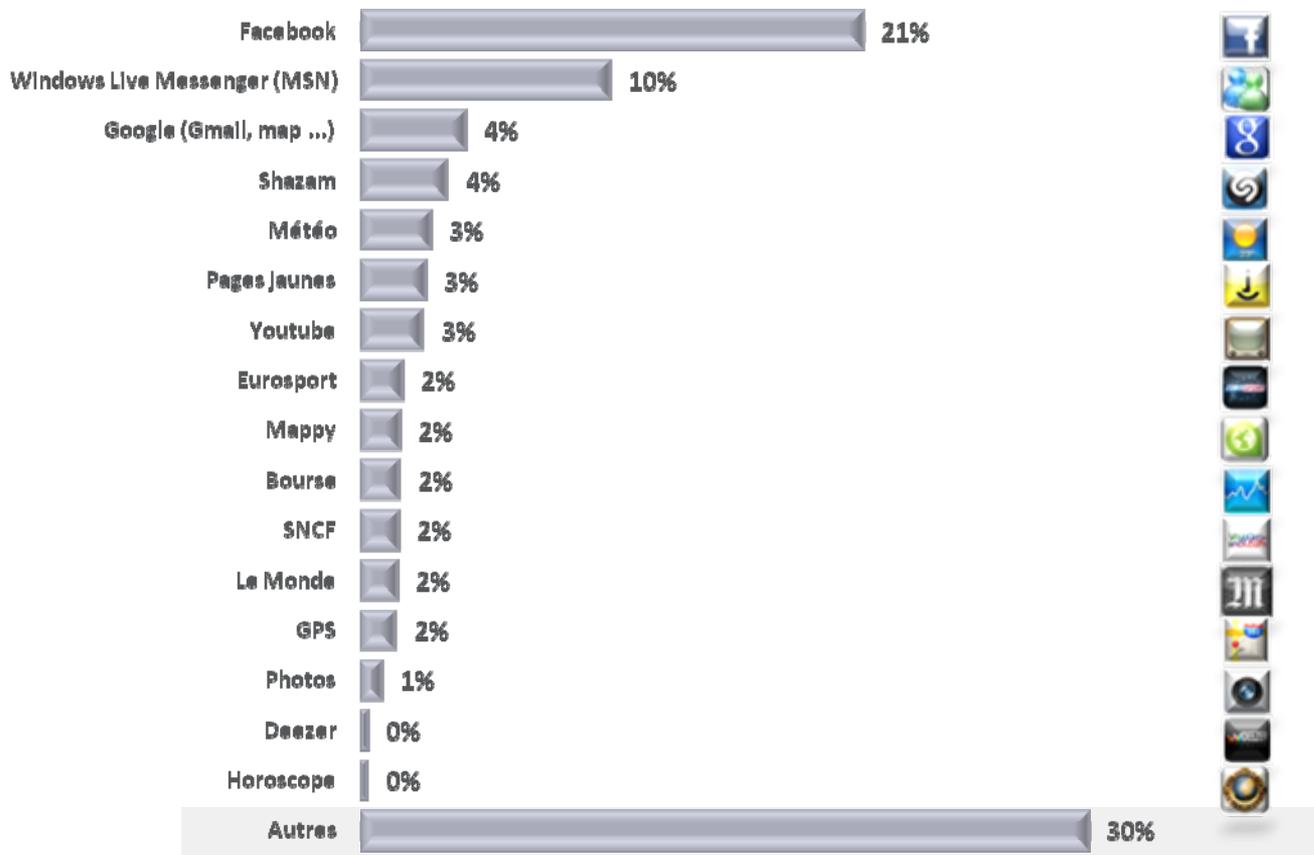
Ils utilisent en moyenne **3,6** applications par jour

Base : possesseurs de smartphone, soient 18% de la population équipée de mobiles

24

Facebook en tête des applications utilisées

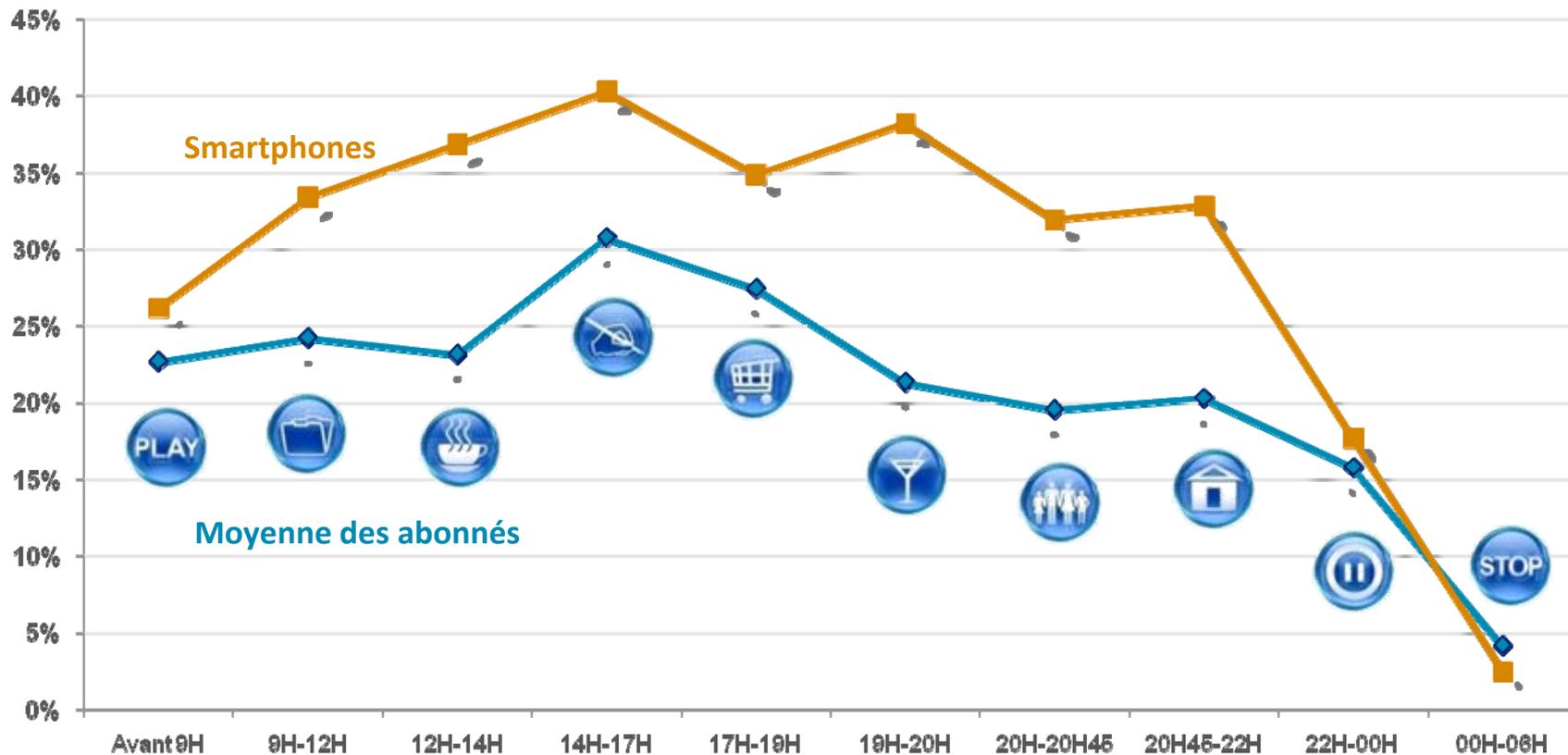
Applications utilisées le plus souvent



Question : Pouvez-vous nous citer 5 applications que vous utilisez le plus souvent
Base : possède au moins une application

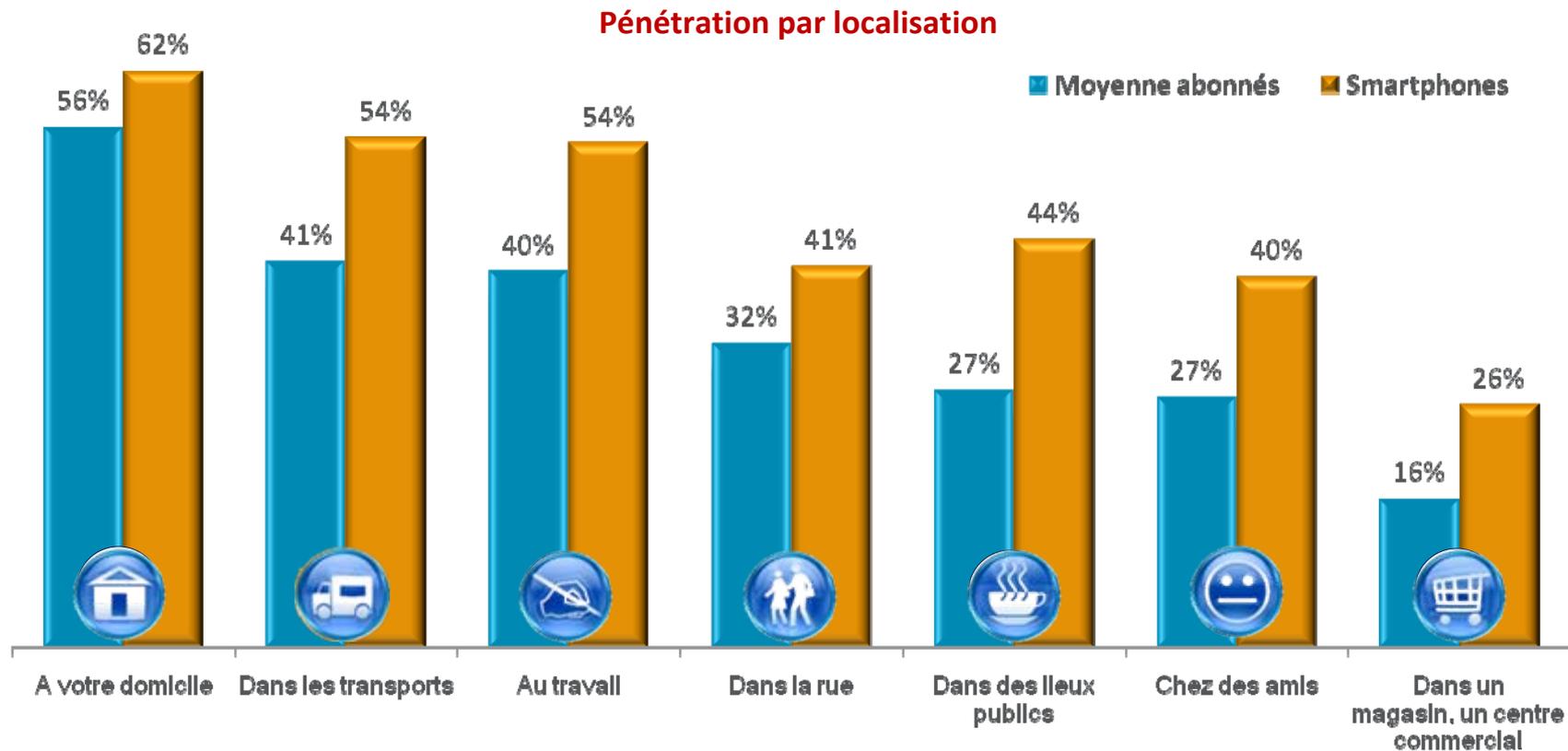
Une intensification des connexions sur l'ensemble de la journée...

Pénétration par tranche horaire



Question : En général, à quel(s) moment(s) de la journée vous connectez-vous ?
Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soit 42% de la population équipée mobile

... Et sur l'ensemble des localisations

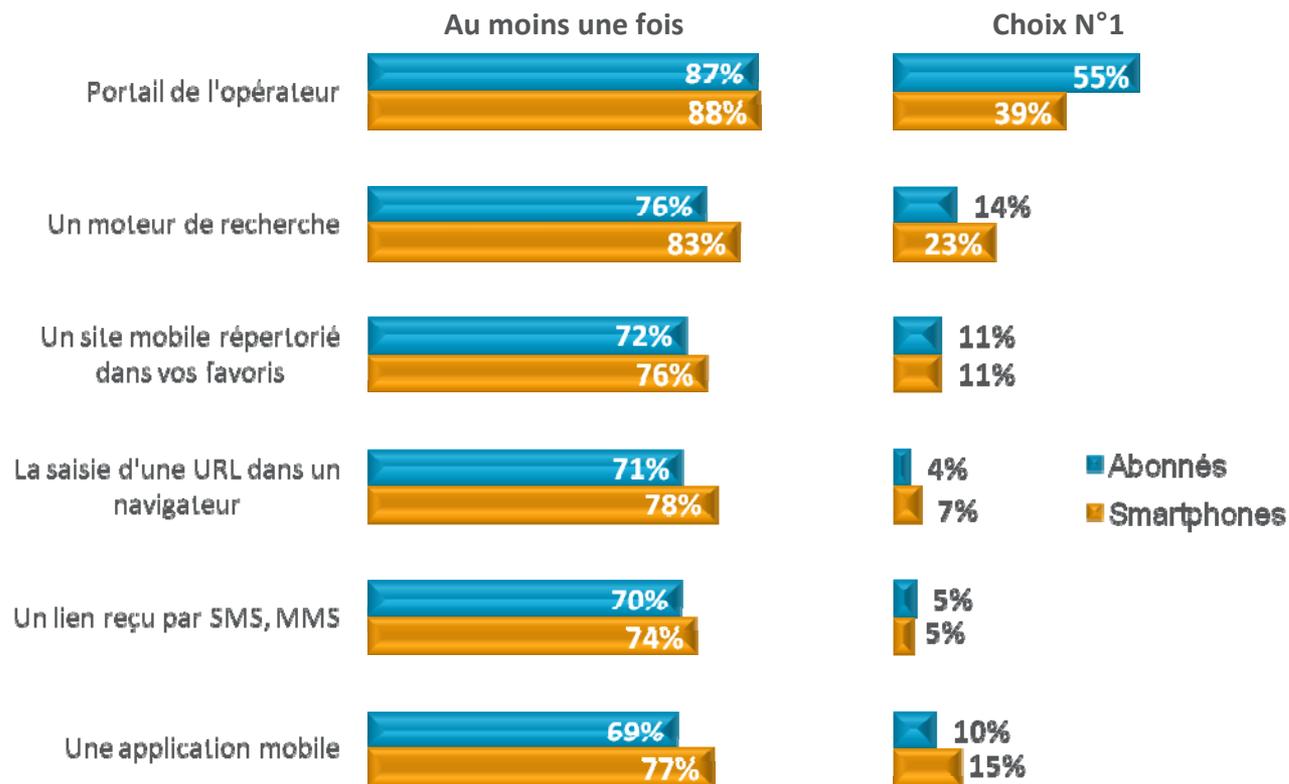


Question : Dans quels lieux utilisez-vous l'Internet mobile ?

Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

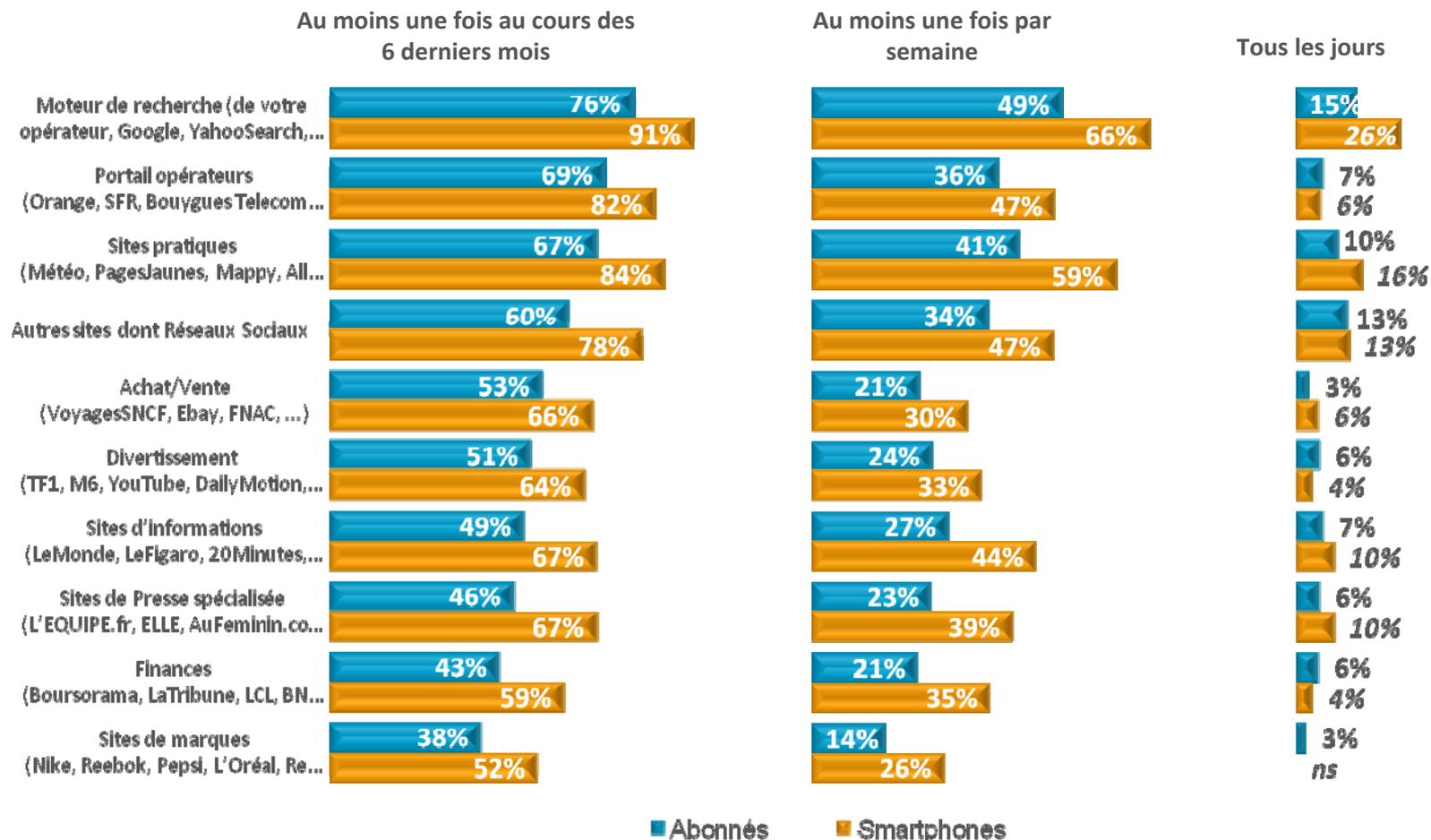
3- L'audience reste concentrée sur les portails des opérateurs, même avec un Smartphone

Les portails opérateurs : première porte d'entrée pour TOUS les mobinautes



Question : Lorsque vous vous connectez à l'Internet Mobile (en dehors des e-mails), vous le faites via...
Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

Un renforcement de l'audience des sites éditoriaux

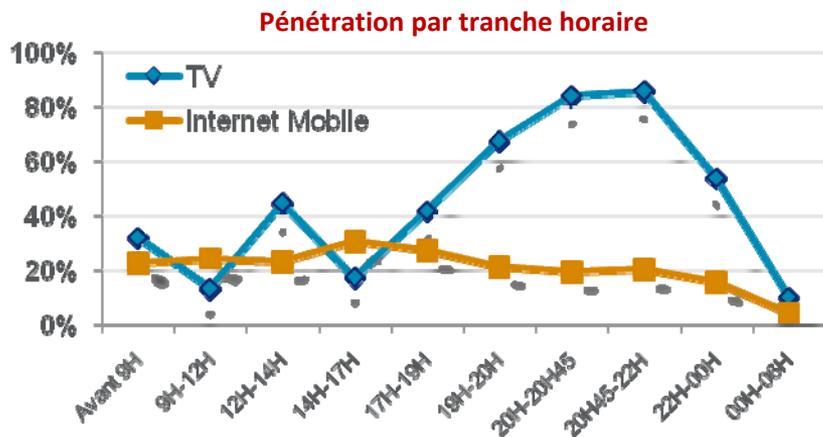


Question : Quels sont les sites mobiles que vous avez consultés au cours des 6 derniers mois avec votre téléphone mobile ?
 Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

4- La consommation du média mobile, permanente sur toute la journée, offre des opportunités de complémentarité avec les autres médias

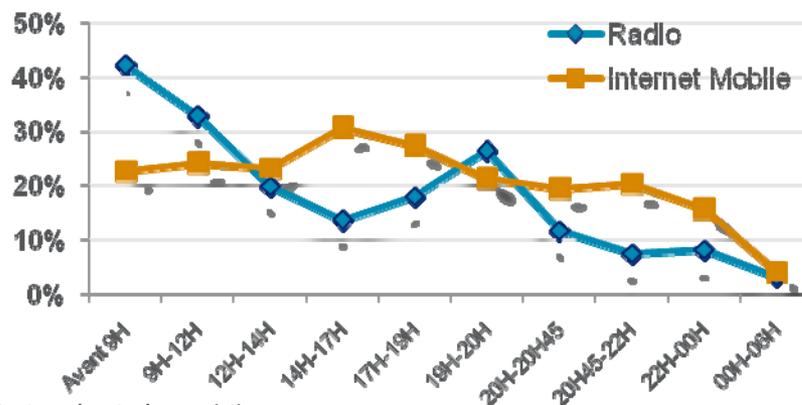
Une consommation complémentaire aux média de flux

Des connexions à l'internet mobile sur des tranches de moindre consommation TV et Radio



Un apport de contacts supplémentaires sur les tranches d'activité

Pénétration par tranche horaire



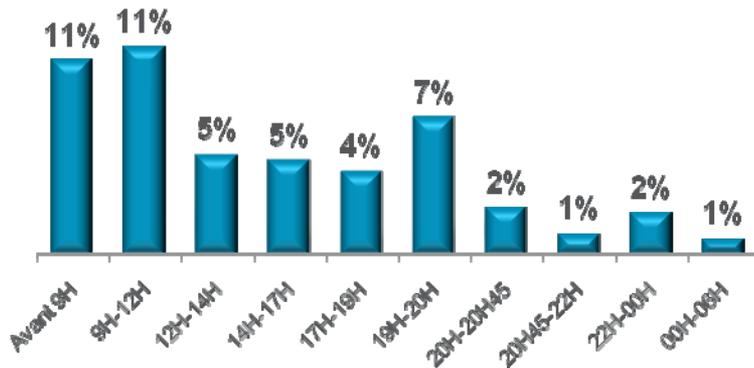
Des habitudes d'utilisation du mobile plus linéaires sur la journée et complémentaire en fin de journée et en soirée

Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

Une consommation simultanée aux média de flux

Des connexions à l'internet mobile sur des tranches forte consommation TV et Radio

Consommation simultanée Internet Mobile et Radio



Un apport de contacts simultanés sur les tranches de forte consommation Radio

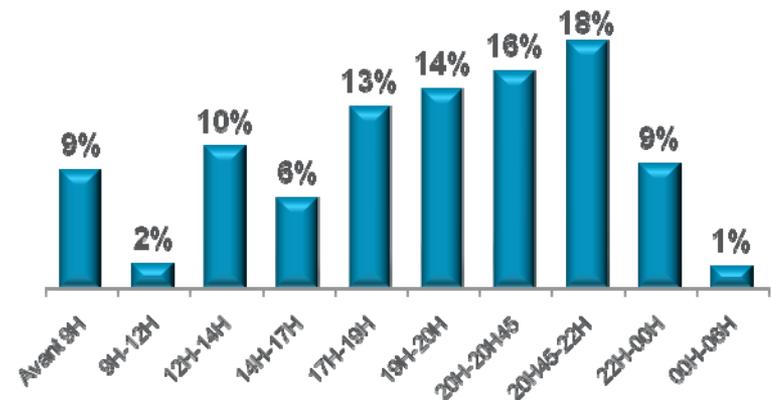
« **11%** des abonnés mobile déclarent généralement utiliser Internet Mobile et écouter la Radio avant 9H »

Un apport de contacts complémentaires sur les tranches de forte consommation TV



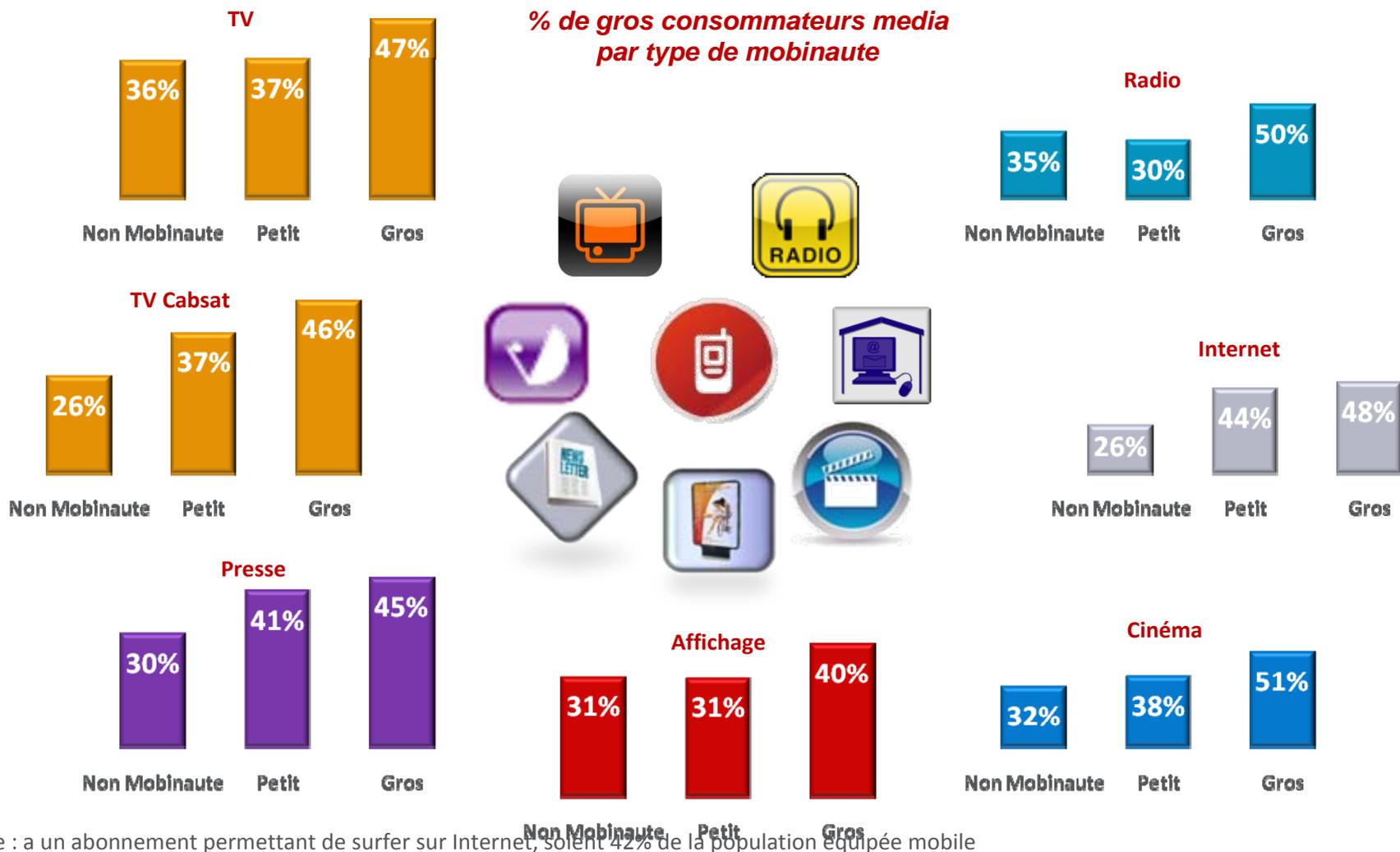
« **18%** des abonnés mobile déclarent généralement utiliser Internet Mobile et regarder la TV sur la tranche 20H45 – 22H »

Consommation simultanée Internet Mobile et TV



Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

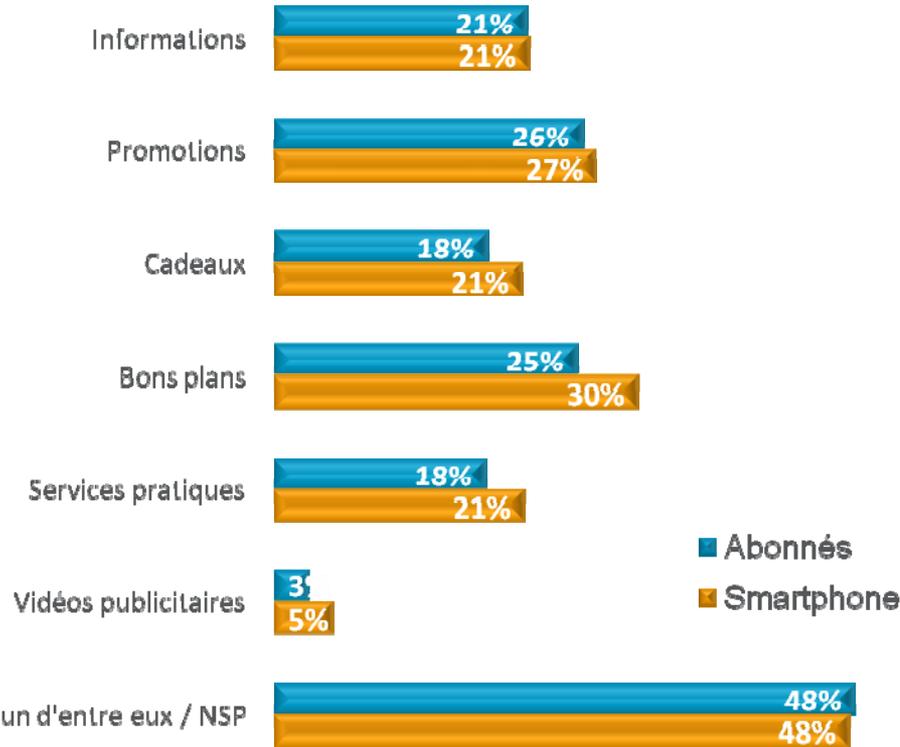
Des mobinautes hyper consommateurs de média



5- Des mobinautes en demande d'informations commerciales adaptées au contexte de consommation du mobile

Une attente sur l'ensemble des types de publicité

Attente en matière de publicité



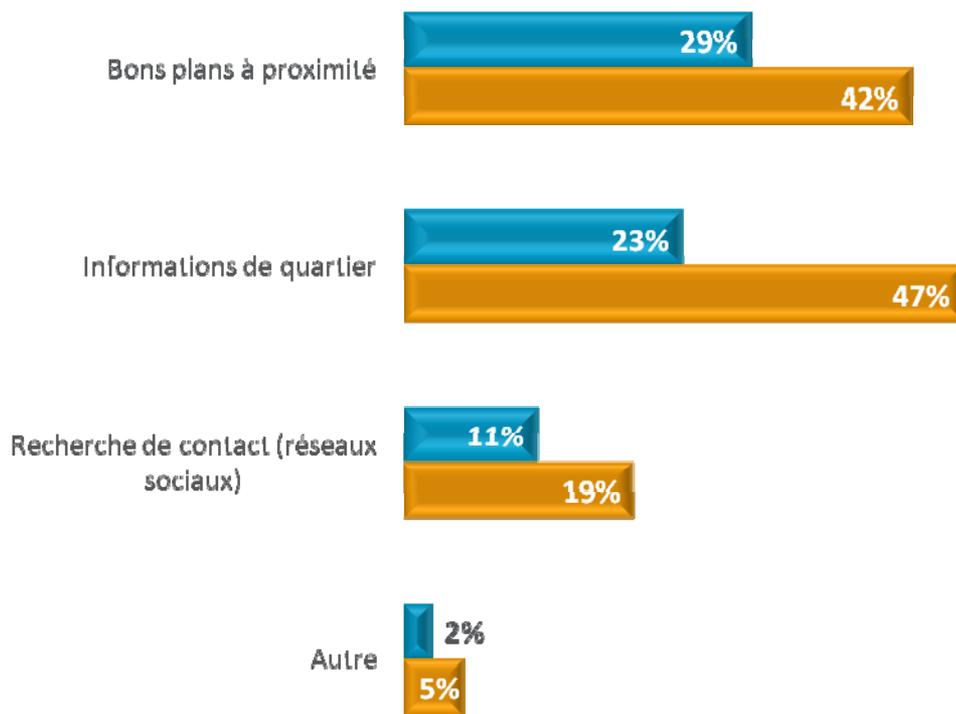
Rappel : 73% des 16-65 ans déclarent ne pas aimer la publicité en général.

Source TGI Europa Juillet 2009

Question : Lorsque vous surfez sur l'Internet mobile, quels types de publicité préférez-vous voir ?
 Base : a un abonnement permettant de surfer sur Internet, soient 42% de la population équipée mobile

Une attente sur les informations géolocalisées

Attente en matière de service de géolocalisation



■ Ensemble
■ Smartphone



Question : Parmi les services de géolocalisation suivants, lesquels vous intéressent ?

Un levier puissant au service des marques

Un levier puissant au service des marques

Média d'exposition de la marque

- Une croissance des usages & des audiences en **complémentarité** avec les autres médias
- Une ergonomie des terminaux en amélioration constante
- Des capacités de **ciblage** unique
- Un média personnel qui ne quitte jamais son possesseur
- Une **acceptation** des communications publicitaires
- Des formats et types de messages publicitaires uniques

Un levier puissant au service des marques

Média d'interaction avec la marque

- Une croissance des usages & des audiences en **simultanéité** avec les autres médias
- Un **générateur de lien** indispensable en prolongement des stratégies « sociales » des marques
- Le mobile comme **canal de retour et d'interactivité** avec l'ensemble des communications des annonceurs
- Une capacité à créer de « **l'engagement** » sur l'ensemble du parcours du consommateur avec des modes de communication différenciant



Observatoire de l'Internet Mobile

Consommation accrue du multimédia mobile : opportunité pour les marques et les agences d'enrichir les stratégies médias

2^{ème} édition - 8 juin 2010

