



**Ipsos MediaCT**

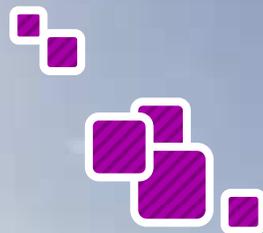
The Media, Content and Technology Research Specialists

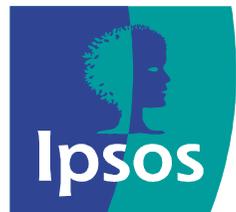
# Profiling <sup>TM</sup>

## 2011

Présentation des résultats

Le 20 septembre 2011

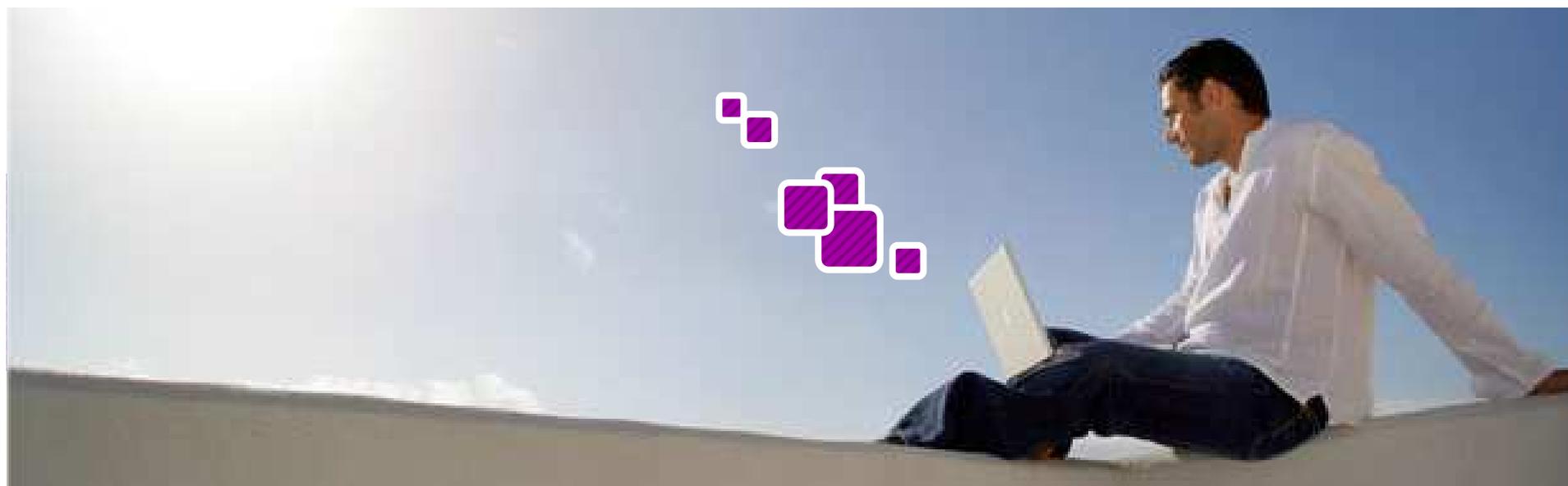




**Ipsos MediaCT**

The Media, Content and Technology Research Specialists

# L'édition Profiling 2011





## L'étude Profiling

Une mesure du **profil** détaillé des **visiteurs** de vos sites Internet

Plus de **200 critères**  
de qualification...



...profil perso & pro,  
usages du web, style  
de vie, consommation

En **évolution** :  
2 fois par an,  
depuis 1998

En **benchmark** :  
plus de 200 sites  
mesurés

Pour qui ?



Pour quoi ?

Les **régies** publicitaires

Les **agences** média

Les **éditeurs** de contenus

Nourrir vos **argumentaires**  
commerciaux

Sélectionner les sites en affinité  
avec vos **cibles publicitaires**

Valider l'adéquation de vos  
**contenus éditoriaux**

Mais aussi : un éclairage fin sur les dernières **tendances du web**



## Profiling™ Mobile

Le profil des **visiteurs de sites et applications mobile** comparé au profil du mobinaute moyen

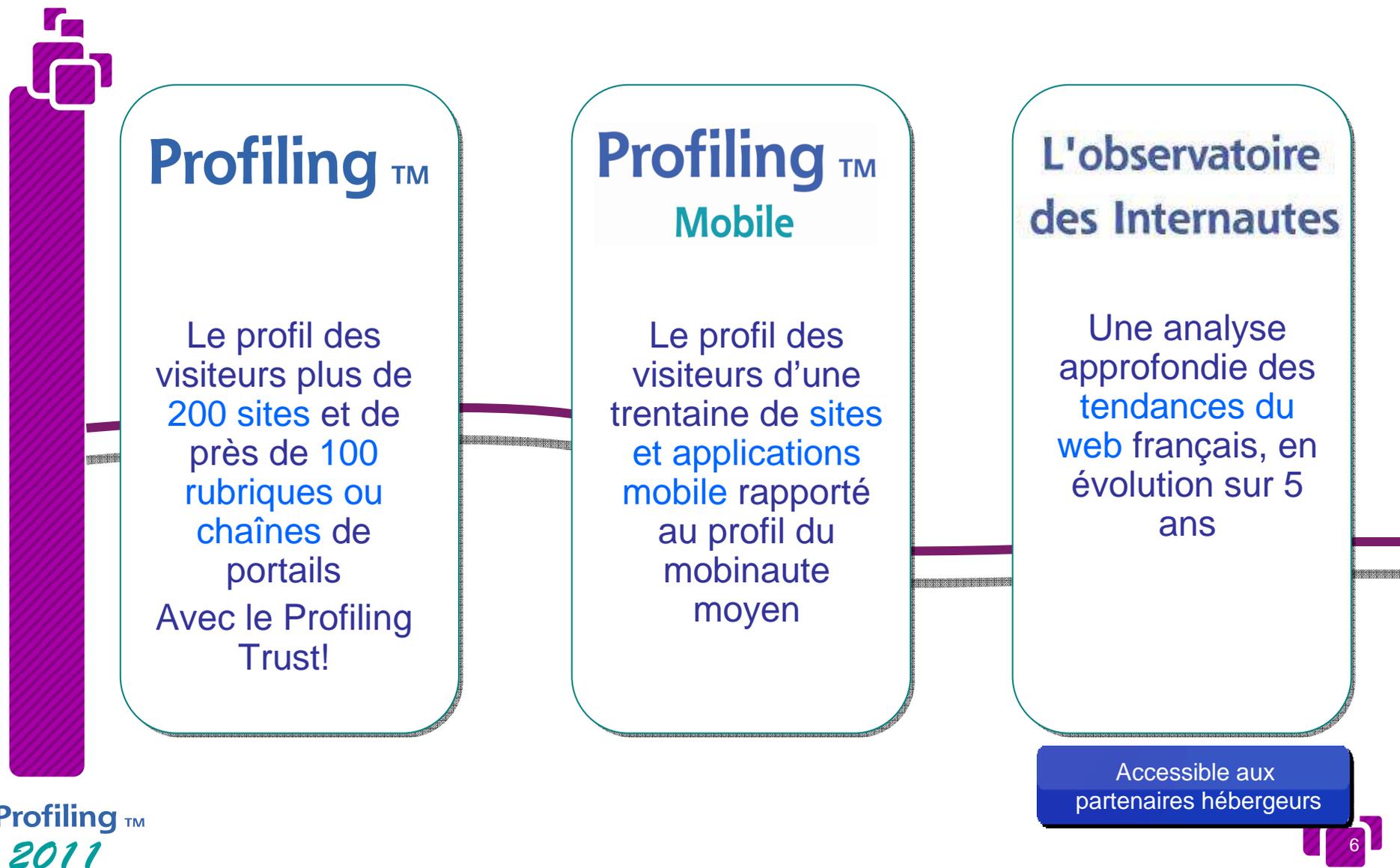
## Profiling™ Trust

Un nouvel indicateur complémentaire au profil : la **confiance** dans le site et ses contenus

## Profiling™ Tabs

Un nouvel **outil d'exploitation** des résultats de l'étude : plus fin et plus opérationnel

## Un dispositif d'étude en 3 volets



## Un dispositif éprouvé

---



Une méthodologie robuste

2 terrains d'enquête : cadrage téléphonique et recueil online sur sites

Un très large échantillon

15.000 interviews deux fois par an

Un questionnaire détaillé

Une prise en compte des dernières tendances du web

Une mesure du profil fiable

Un profil défini sur base des visiteurs identifiés sur l'ensemble des sites hébergeurs

## Un contenu riche et détaillé

---



**Signalétique personnelle**



**Signalétique professionnelle**



**Style de vie**



**Équipement et consommation**



**Fréquentation média**



**Équipement Internet**



**Usages du web**



**Internet mobile et tablettes**



**E-commerce**



**Internet, source d'information et d'achat**

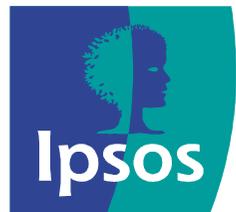


## Edition 2011 : des répondants toujours nombreux



13 488  
répondants

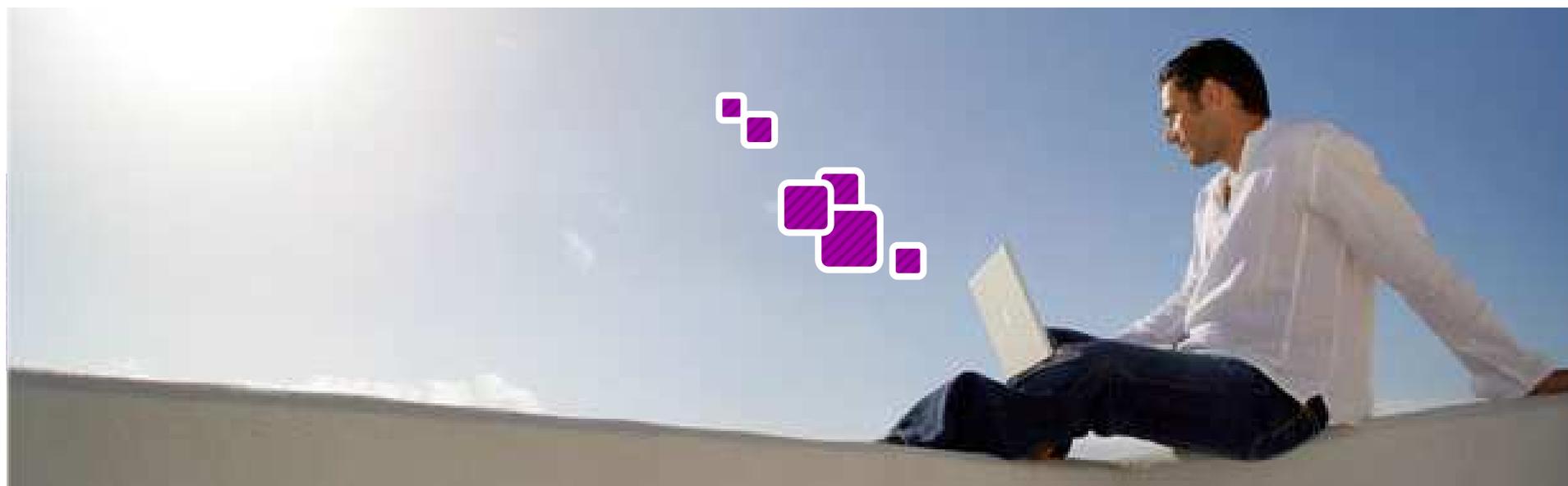




**Ipsos MediaCT**

The Media, Content and Technology Research Specialists

# Résultats 2011 : les usages multi-écrans



# De plus en plus de supports (potentiellement) connectables...

Taux d'équipement



74%



41%



34%



5%



# ... et connectés !

Connexion 30 derniers jours

92%



9%



34%



5%

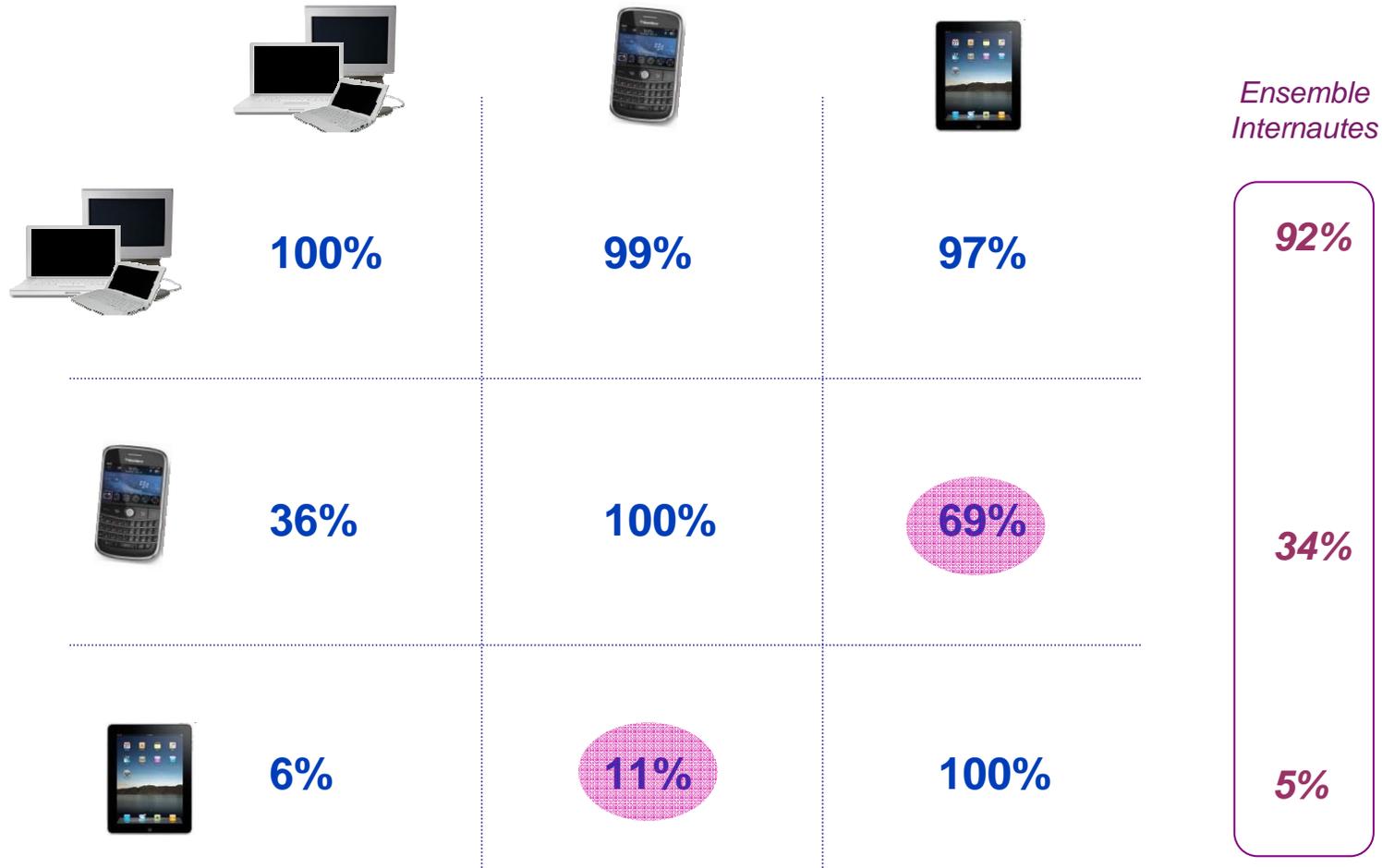


# Internautes, mobinautes... et tablonautes



# Des usages complémentaires, qui se cumulent !

Connexion 30 derniers jours



# Smartphone en mobilité et tablette dans la sphère privée



*A domicile*

**95%**

**71%**

**63%**

*Bureau / école*

**49%**

**59%**

**25%**

*Famille, amis*

**34%**

**52%**

**45%**

*Lieux publics, rue*

**12%**

**68%**

**24%**

*Bus, train, métro*

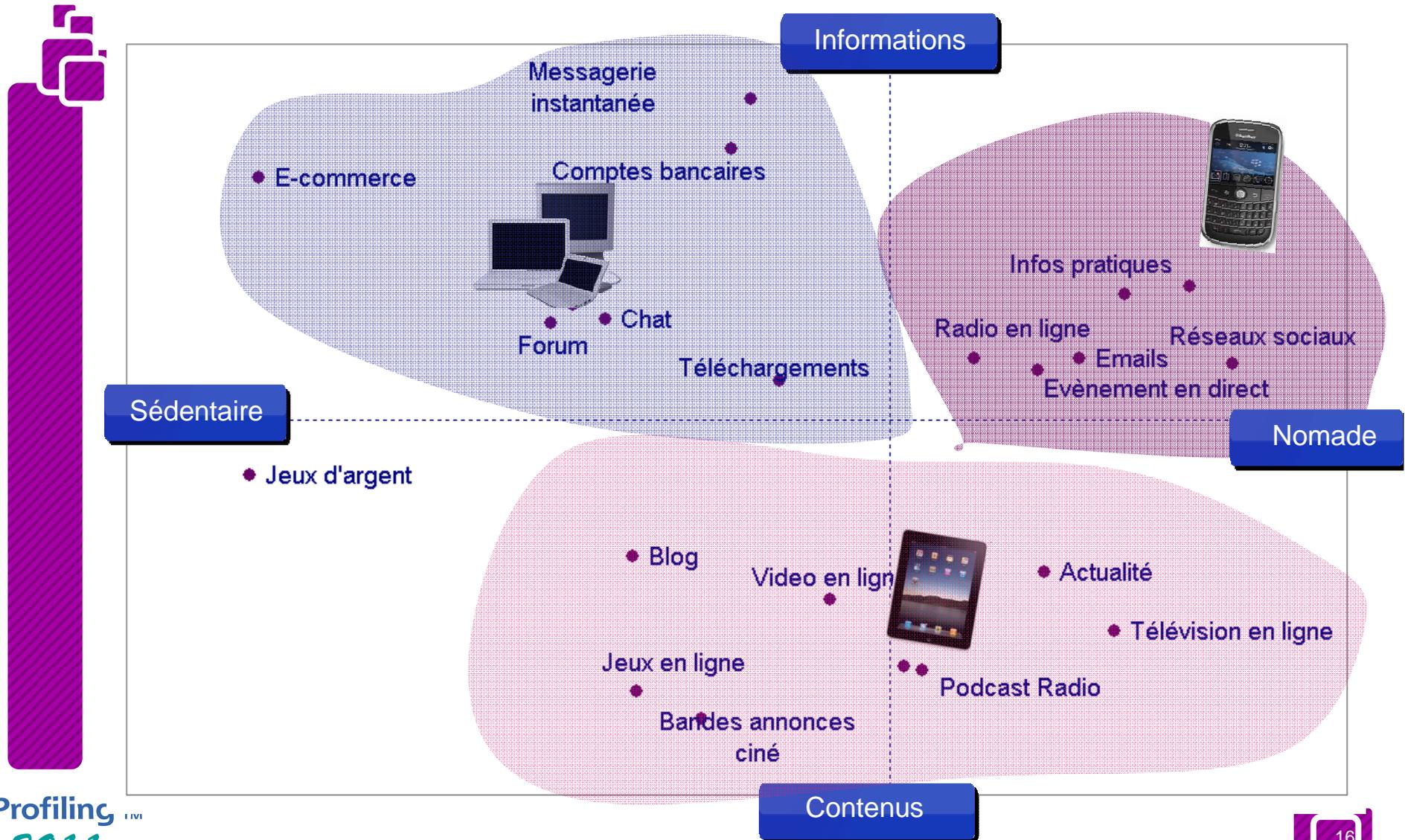
-

**44%**

**8%**

**Lieux de connexion**

# La tablette : un territoire propre, à cheval entre le Smartphone et l'ordinateur



# Une réelle avidité pour les applications, quel que soit le support



**27 applications**  
téléchargées  
en moyenne



**30 applications**  
téléchargées  
en moyenne

Géolocalisation 56%



Services pratiques 54%



Actualité 52%



Mais aussi : Marques 18%





**Ipsos MediaCT**

The Media, Content and Technology Research Specialists

# Profiling <sup>TM</sup>

## 2011

Présentation des résultats

Le 20 septembre 2011

