



Le baromètre trimestriel du Marketing Mobile en France

// 6^{ème} édition // Juin 2014

Données à fin mars 2014

En collaboration avec



Mediametrie





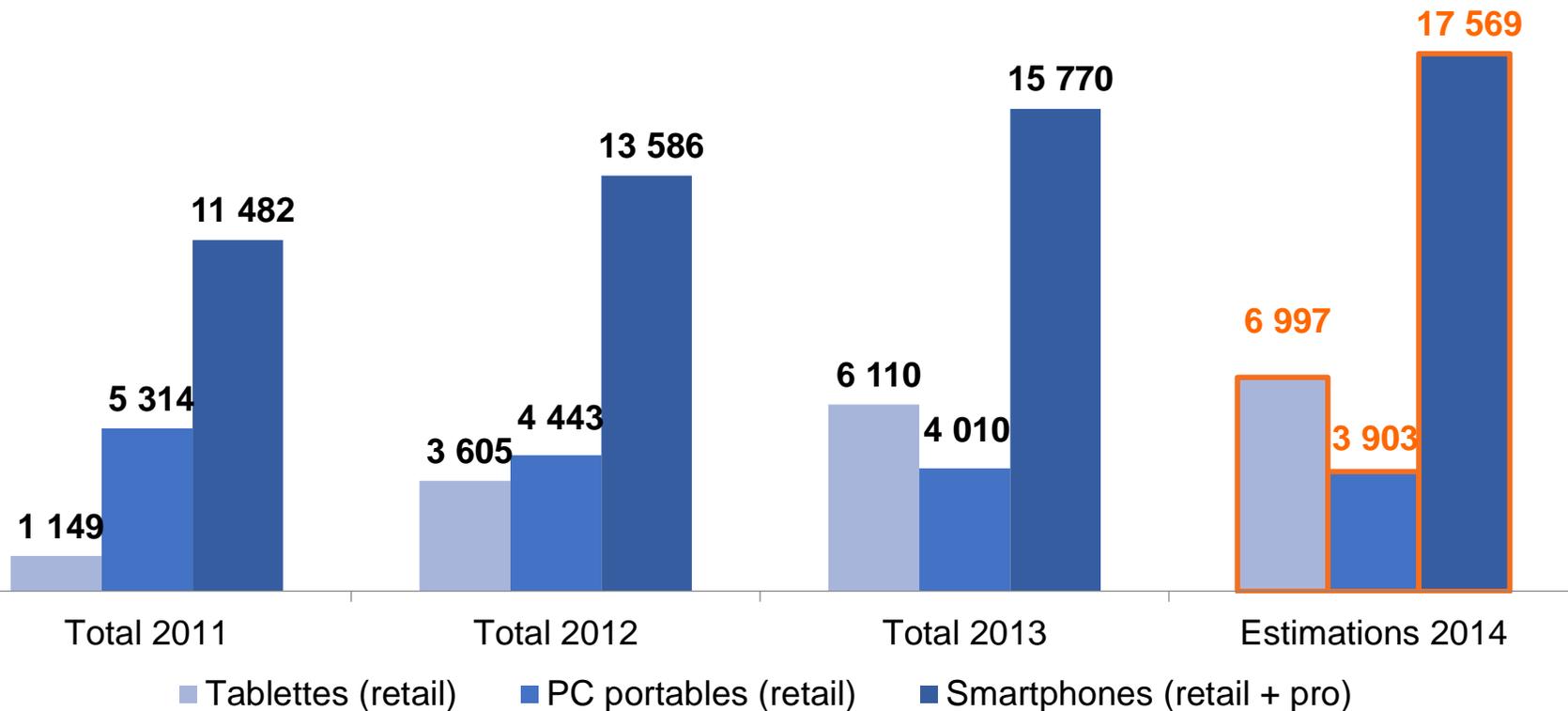
Introduction & Crédits

- Cette présentation a été conçue et réalisée par la Mobile Marketing Association France
- Ce contenu peut-être réutilisé en citant la source :
« © Mobile Marketing Association France – 2014 »
- L'ensemble des marques citées appartiennent à leur(s) ayant(s)-droit respectif(s)
- Pour plus d'informations, voir les contacts en fin de document

Smartphones, Tablettes et PC en perspective

Ventes annuelles de PC portables, Tablettes et Smartphones

Source : Panels Distributeurs, GfK Consumer Choices



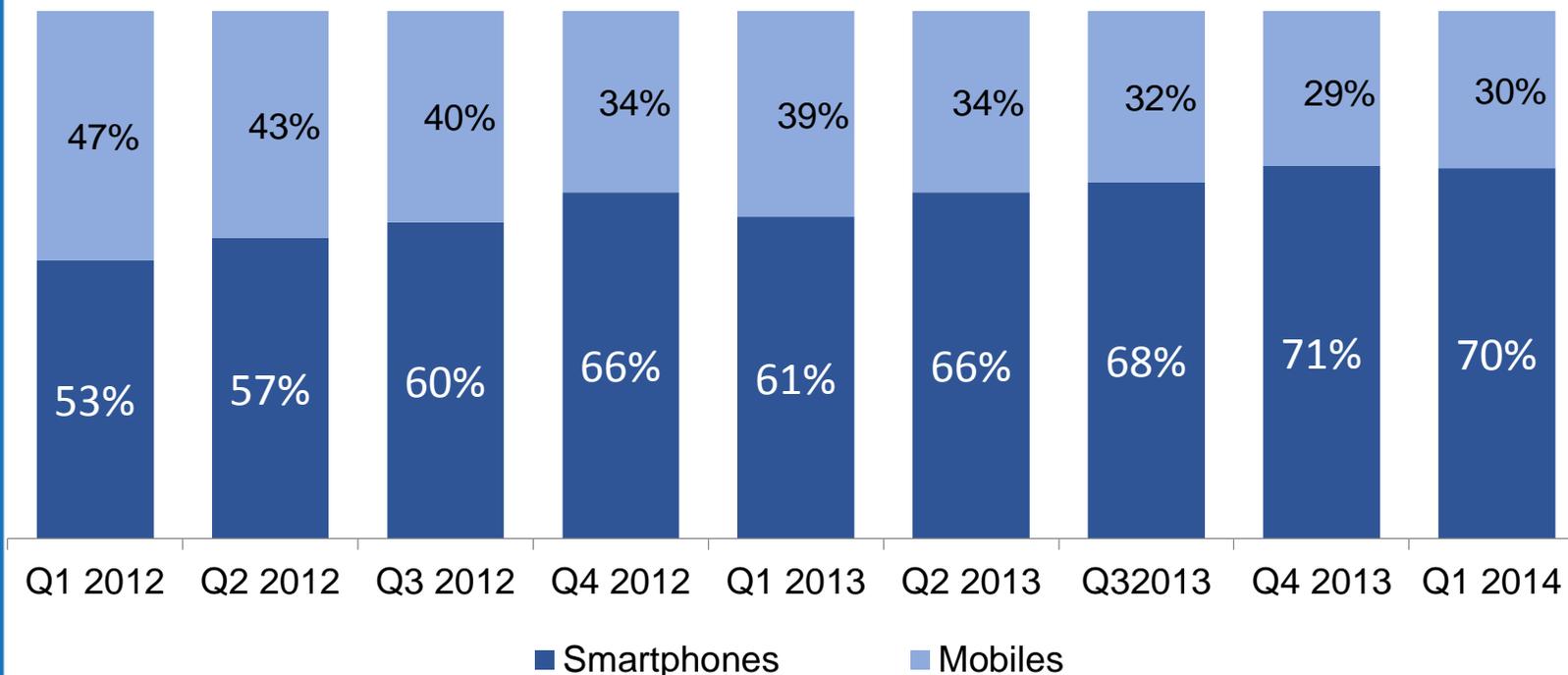
Entre Tablettes et Smartphones, il va se vendre 6 fois plus de « mobiles » que de PC portables en 2014 !



Vers de plus en plus de Smartphones

Part des Smartphones dans les ventes de mobiles

Source : Panels Distributeurs, GfK Consumer Choices



La prééminence des Smartphones dans les ventes de mobiles se confirme



Des Smartphones pour 1 Français sur 2

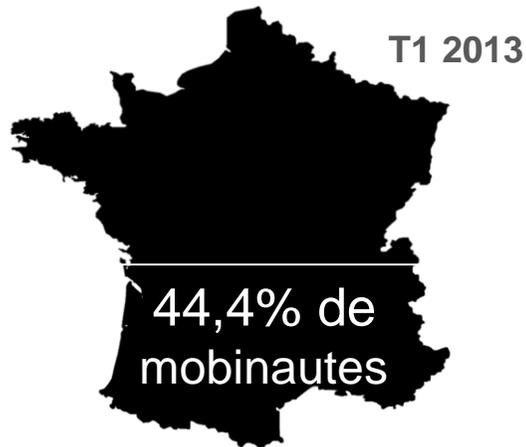
Part des Smartphones dans les ventes de mobiles

Base : Ensemble des 11 ans et plus (n = 54 630 000)

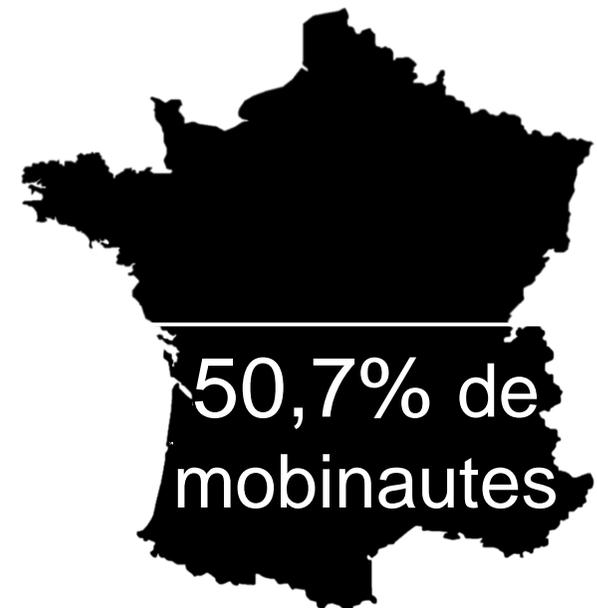
24,1 millions
de mobinautes*

+3,6 M

27,7 millions
de mobinautes*



T1 2014



* Dernier mois

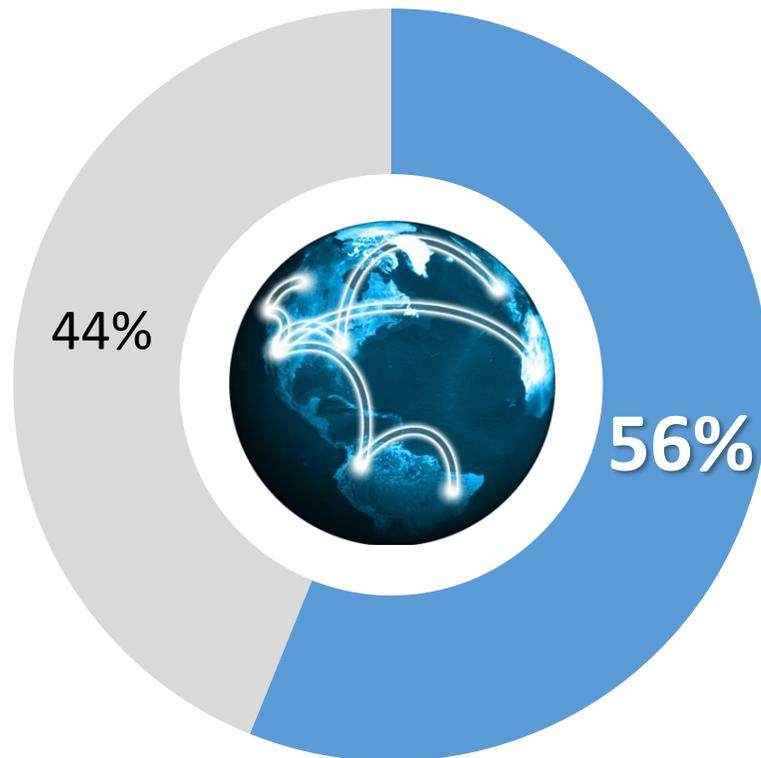


Mediametrie

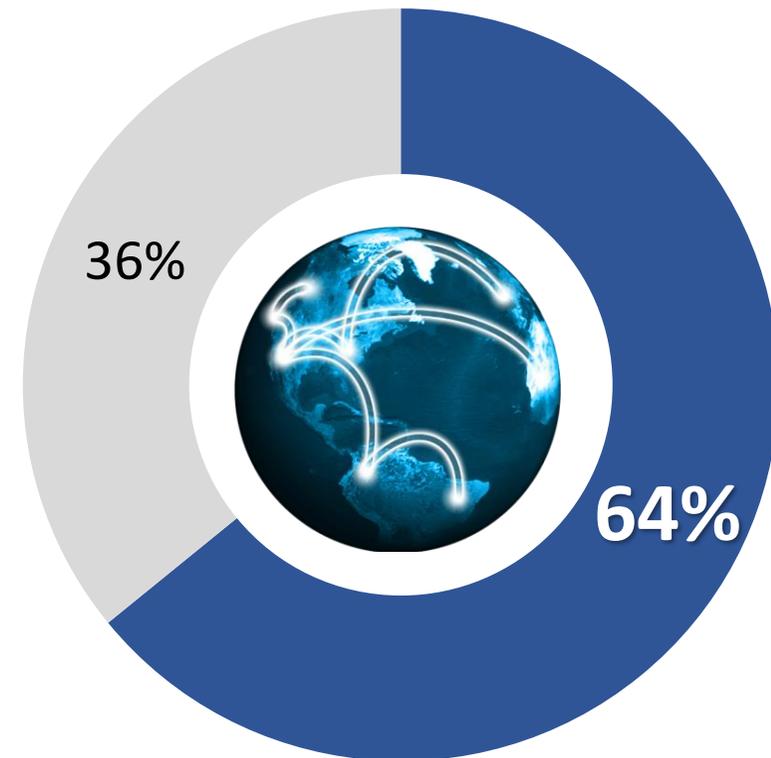
Des Français de mieux en mieux connectés

Taux de pénétration en Smartphones auprès des internautes

Base : Ensemble des 15 ans et plus équipés Smartphone (n = 27 597 000) - Source : Web Observatoire



T1 2013



T1 2014



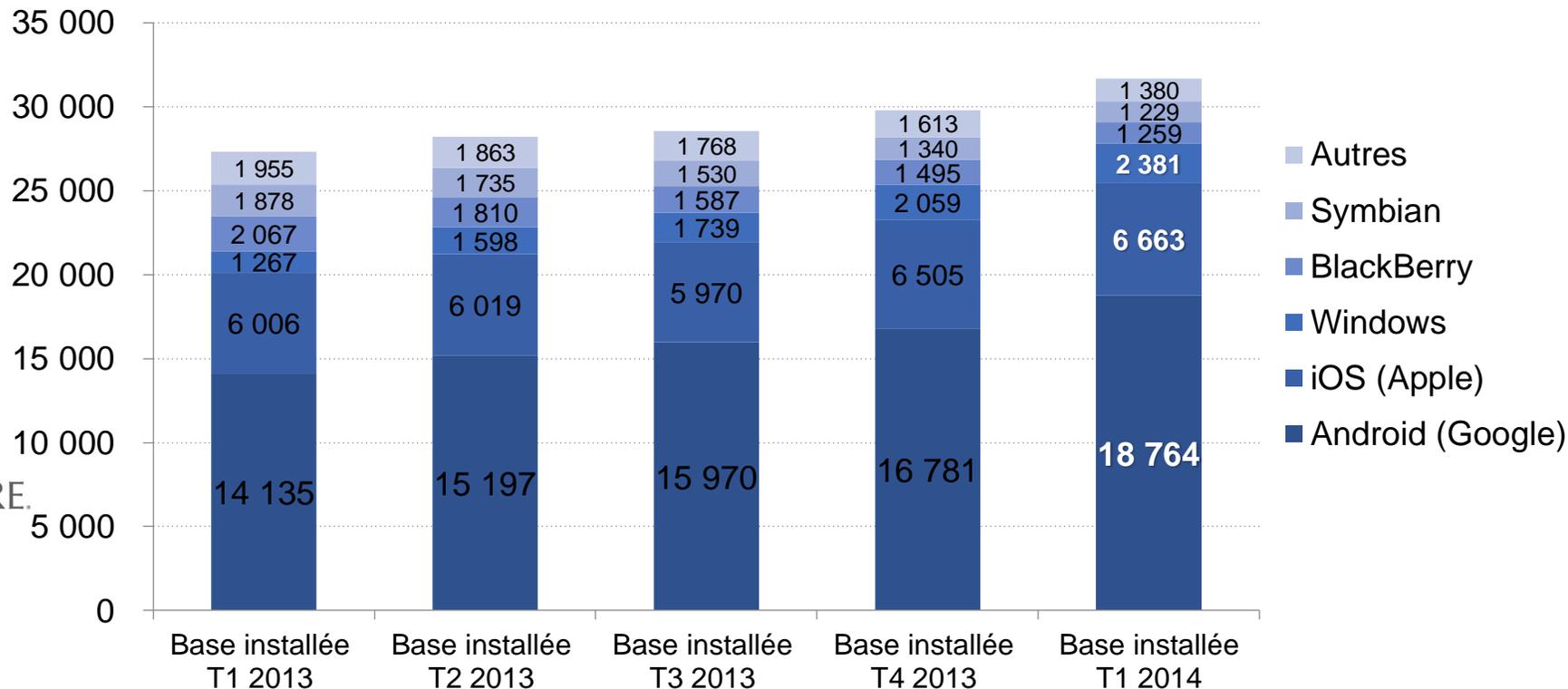
Mediametrie

Un marché systèmes en constante évolution

Répartition par OS des Smartphones

Base : utilisateurs de Smartphones de + de 13 ans

Source : comScore MobiLens. Moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014, France

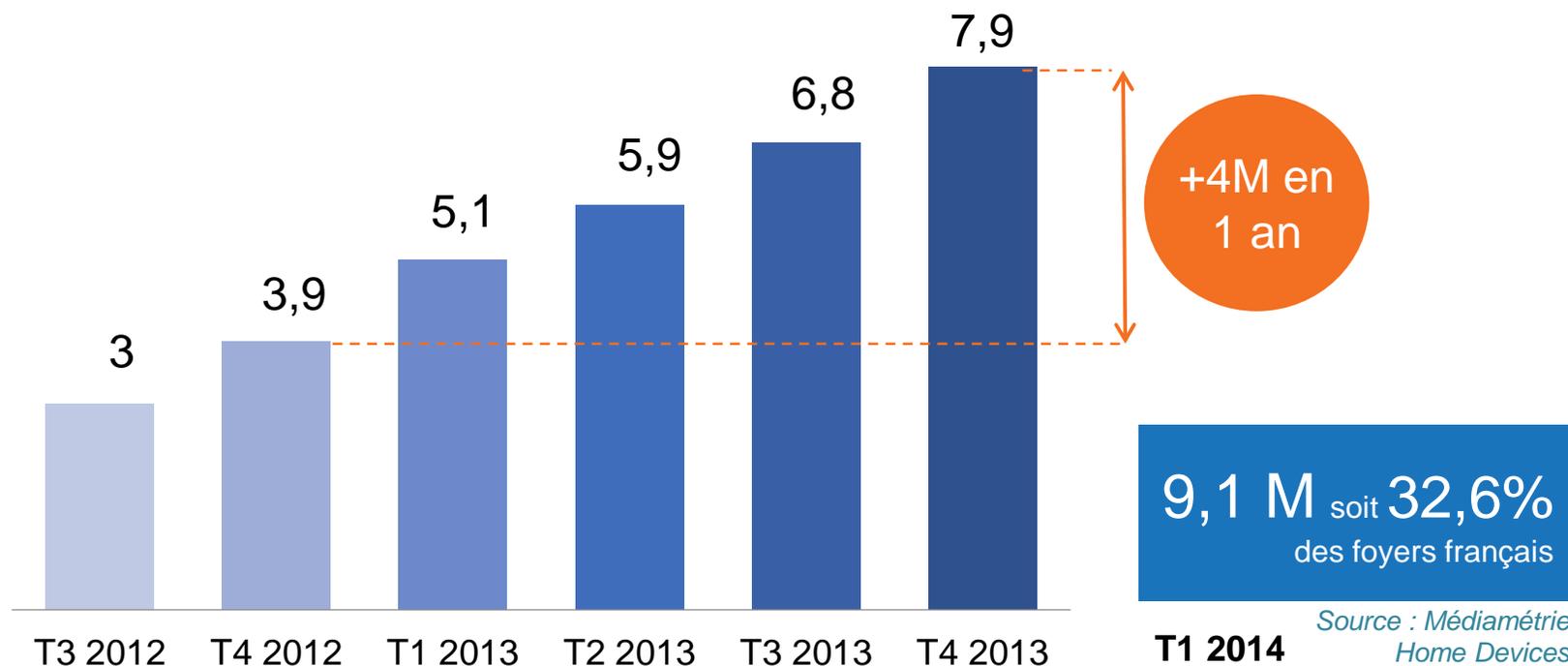


Android détient désormais **59,2%** de part de marché (+7,5 points en 1 an)

De plus en plus de Tablettes dans les foyers

Taux d'équipement des foyers en Tablettes (en millions)

Base : ensemble des foyers (n = 27 628 000) - Source : Médiamétrie/GfK



Médiamétrie

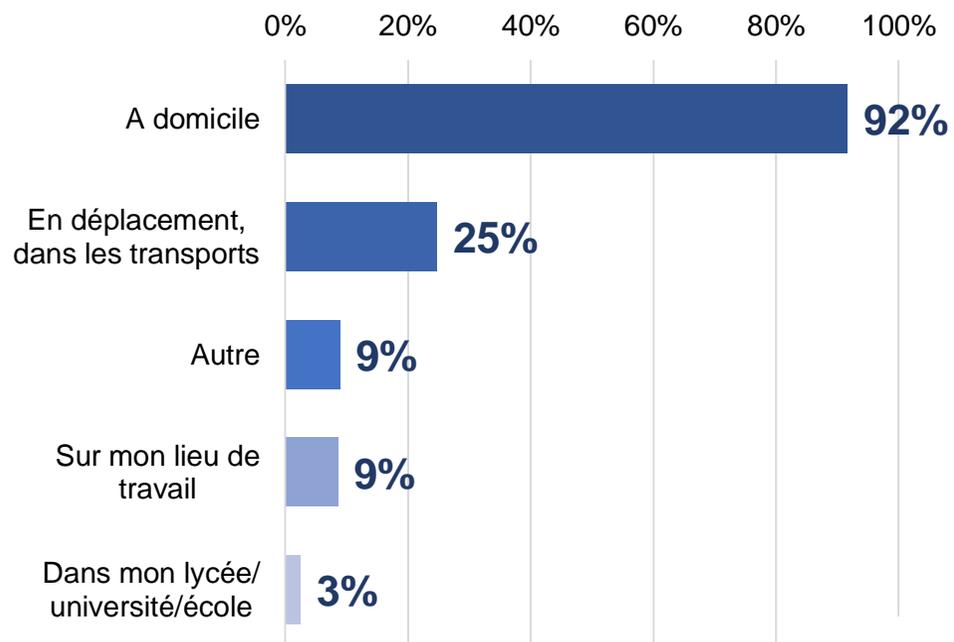
En moyenne 1 M de nouveaux foyers équipés chaque trimestre (soit désormais 33% des foyers)

Des Tablettes de tous types, surtout à domicile

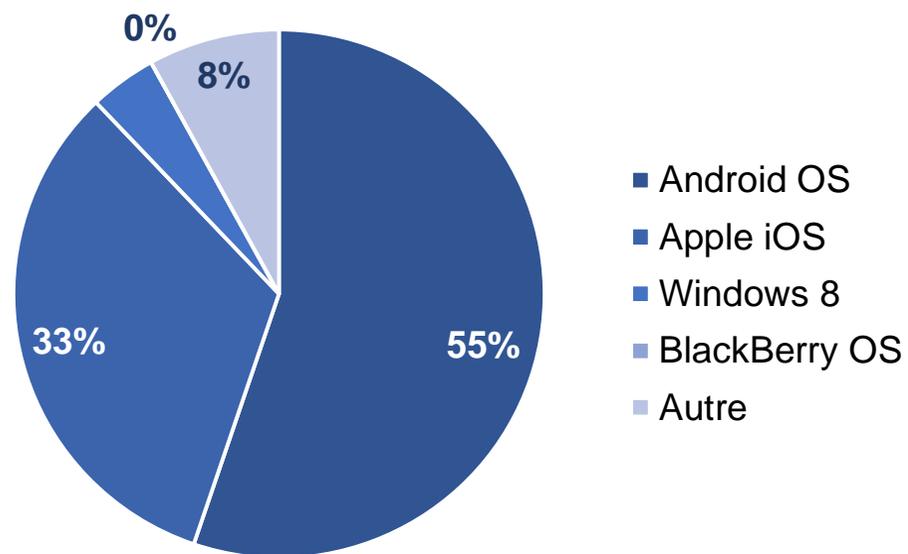
Base : ensemble des internautes de 15 ans et plus équipés Tablette tactile (n = 16 609 000)

Source : Web Observatoire

Lieux d'utilisation des Tablettes tactiles



Répartition des OS Tablettes (Base installée)

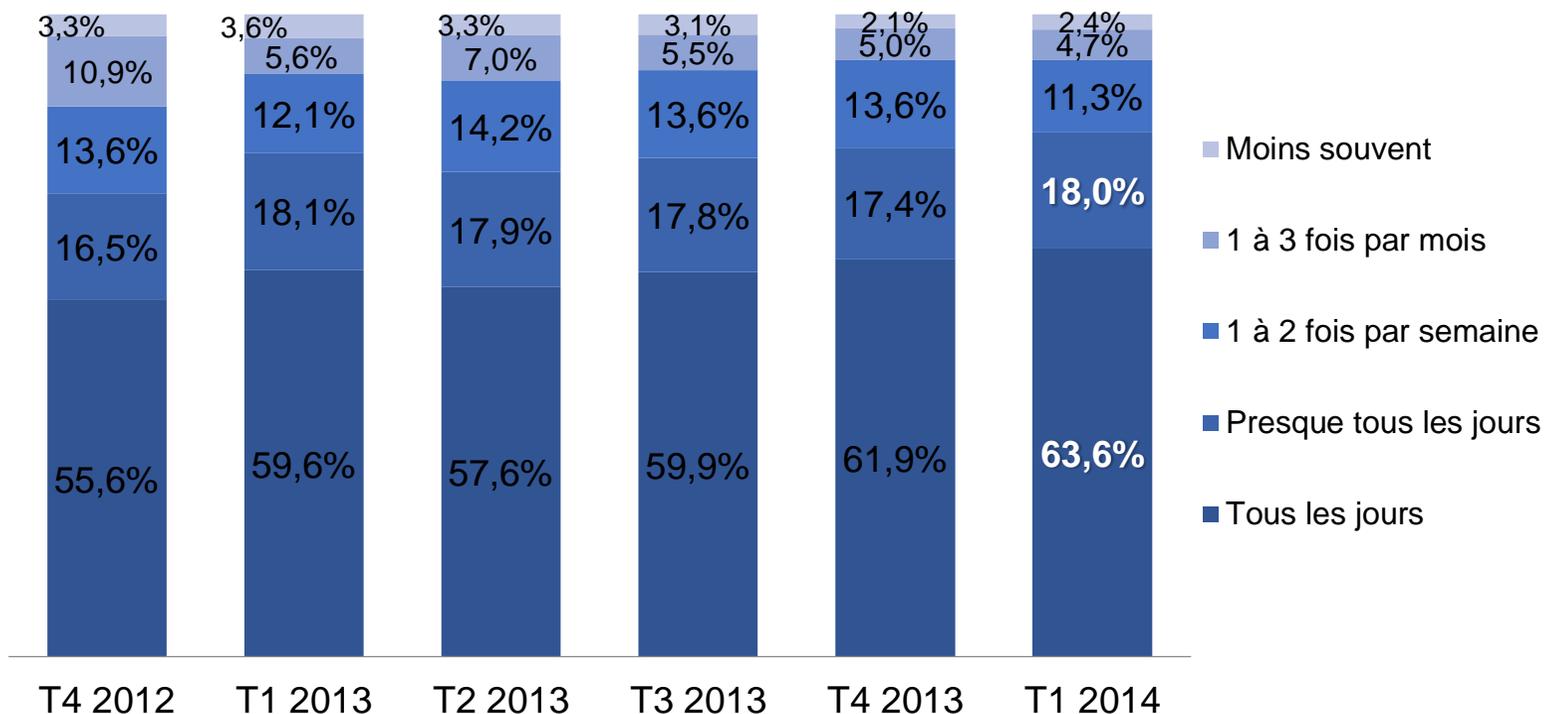


Mediametrie

Et une utilisation connectée plus régulière

Fréquence d'utilisation de l'Internet mobile

Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 27 702 000) - Source : TSM



81,6% des mobinautes ont un usage quasi-quotidien de l'internet mobile !

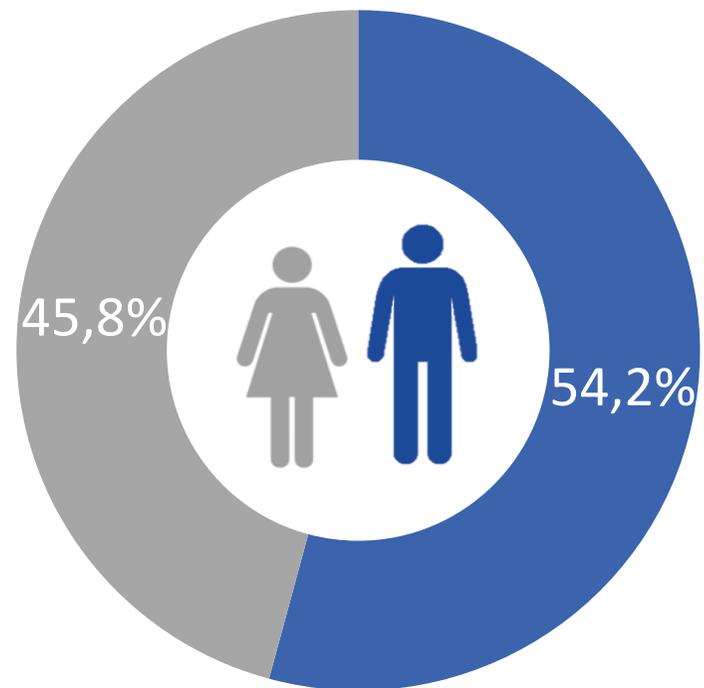
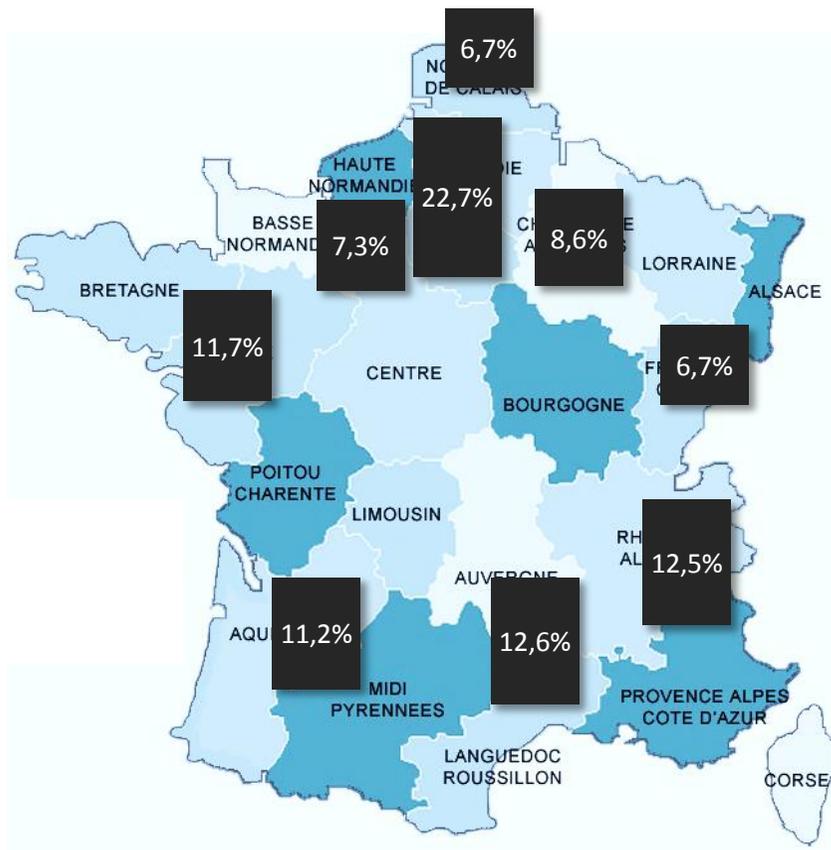


Mediametrie

Qui sont les mobinautes en France ?

Profil et répartition géographique des mobinautes

Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 27 702 000) - Source : TSM

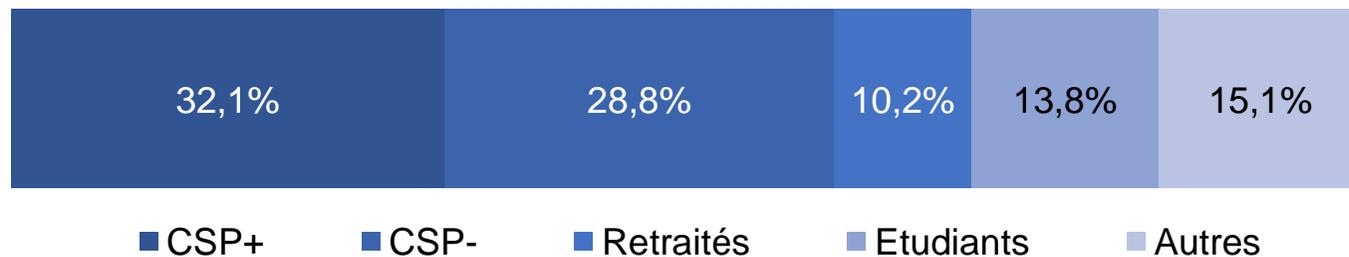
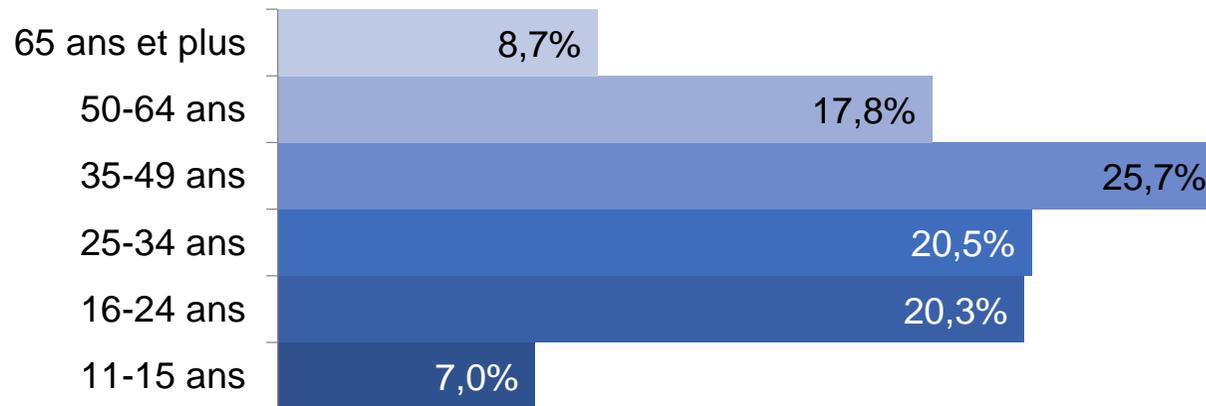


Mediametrie

Qui sont les mobinautes en France ?

Profil des mobinautes

Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 27 702 000) - Source : TSM

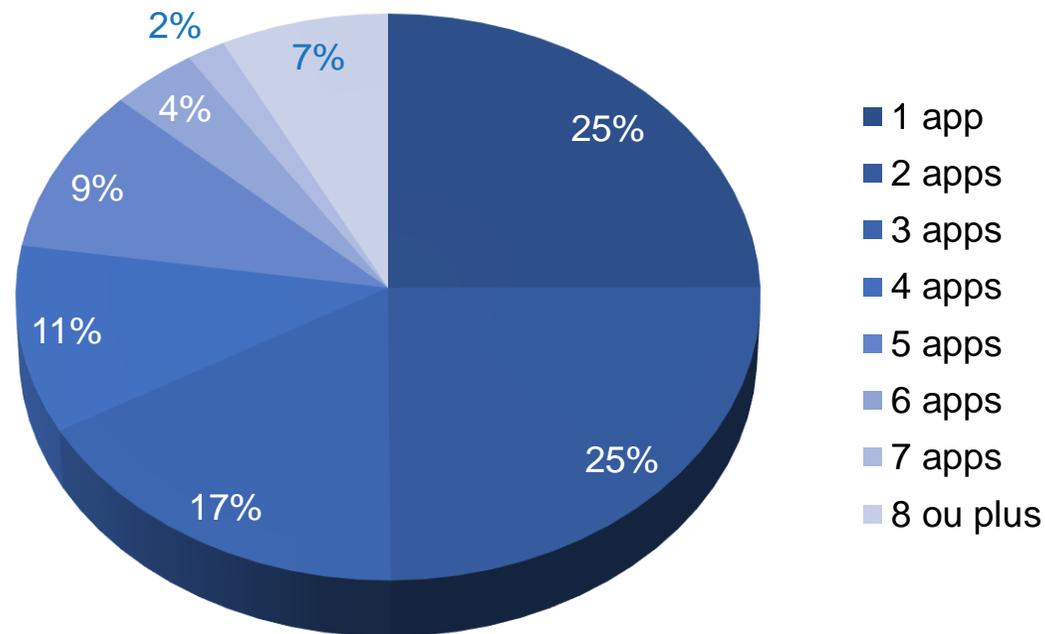


Mediametrie

Les mobinautes et les applications mobiles

Nombre d'applications téléchargées par mobinaute (mars 2014)

Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus
Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois, France, 13+

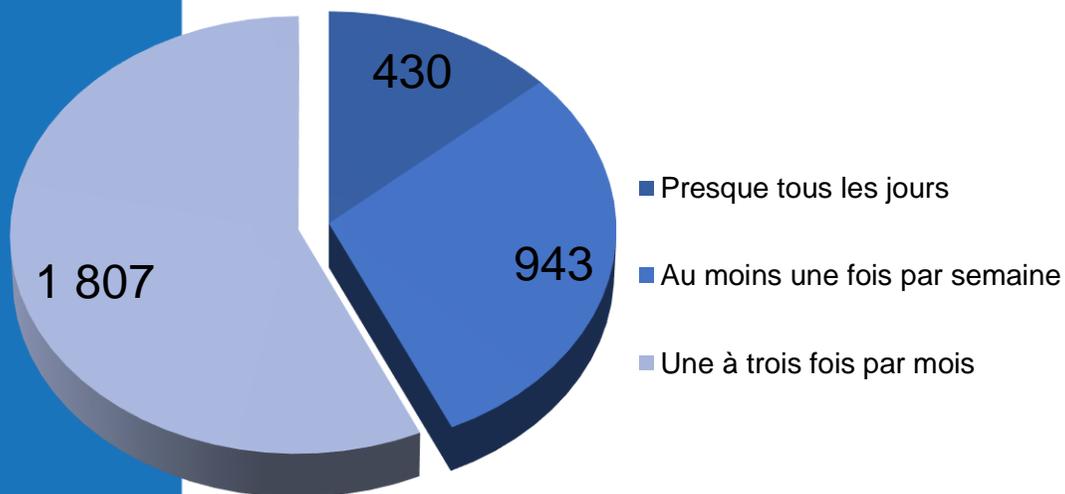


Plus de 8 M d'utilisateurs ont téléchargé au moins 1 application

Le comportement des mobinautes

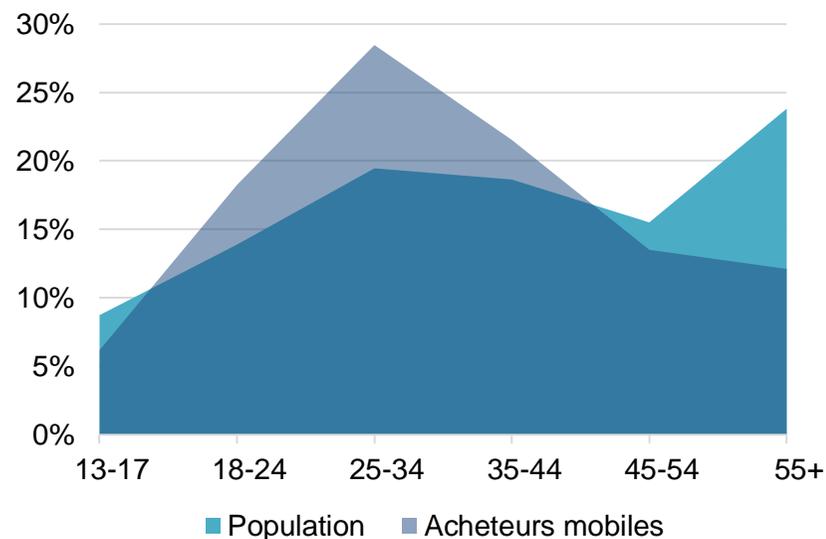
Nombre d'acheteurs au cours des derniers mois

Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus (29 792 000)
Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014, France, 13+



Plus de 3 M d'acheteurs mobiles

COMSCORE.

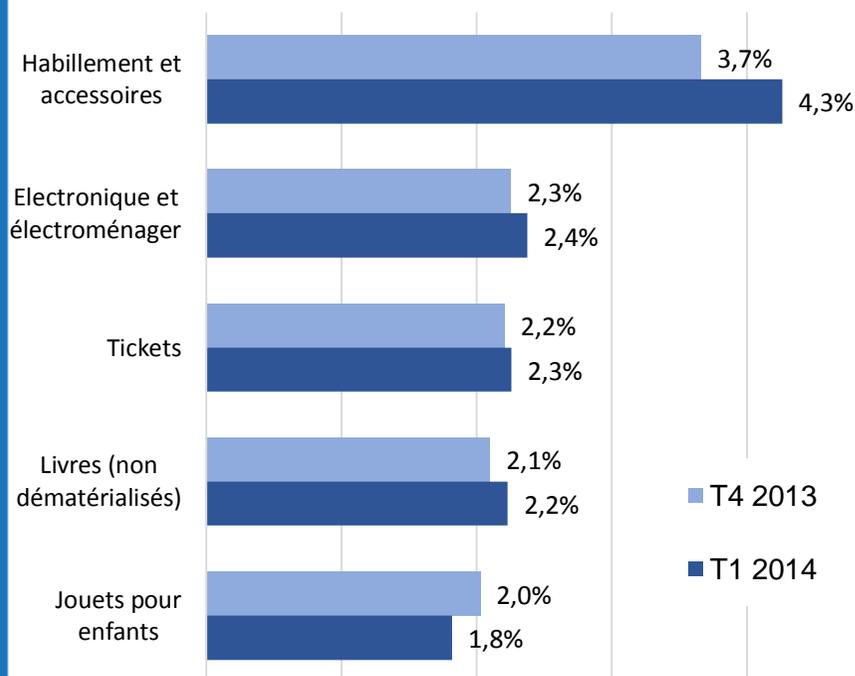


43 % des acheteurs mobiles achètent au moins 1 fois par semaine et les 18-44 ans sont surreprésentés parmi les acheteurs mobiles

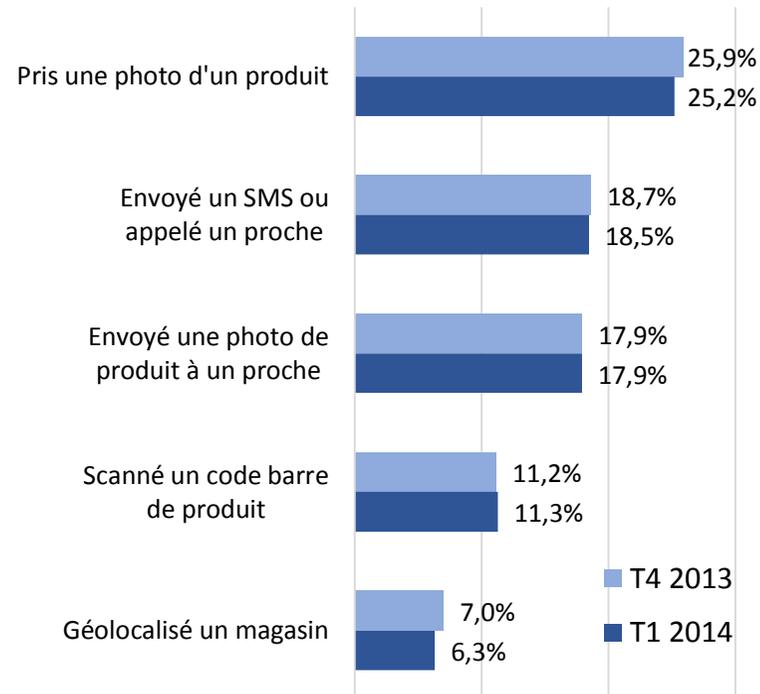
Le comportement des mobinautes

Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus (29 792 000)
Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014, France, 13+

Type de produits achetés



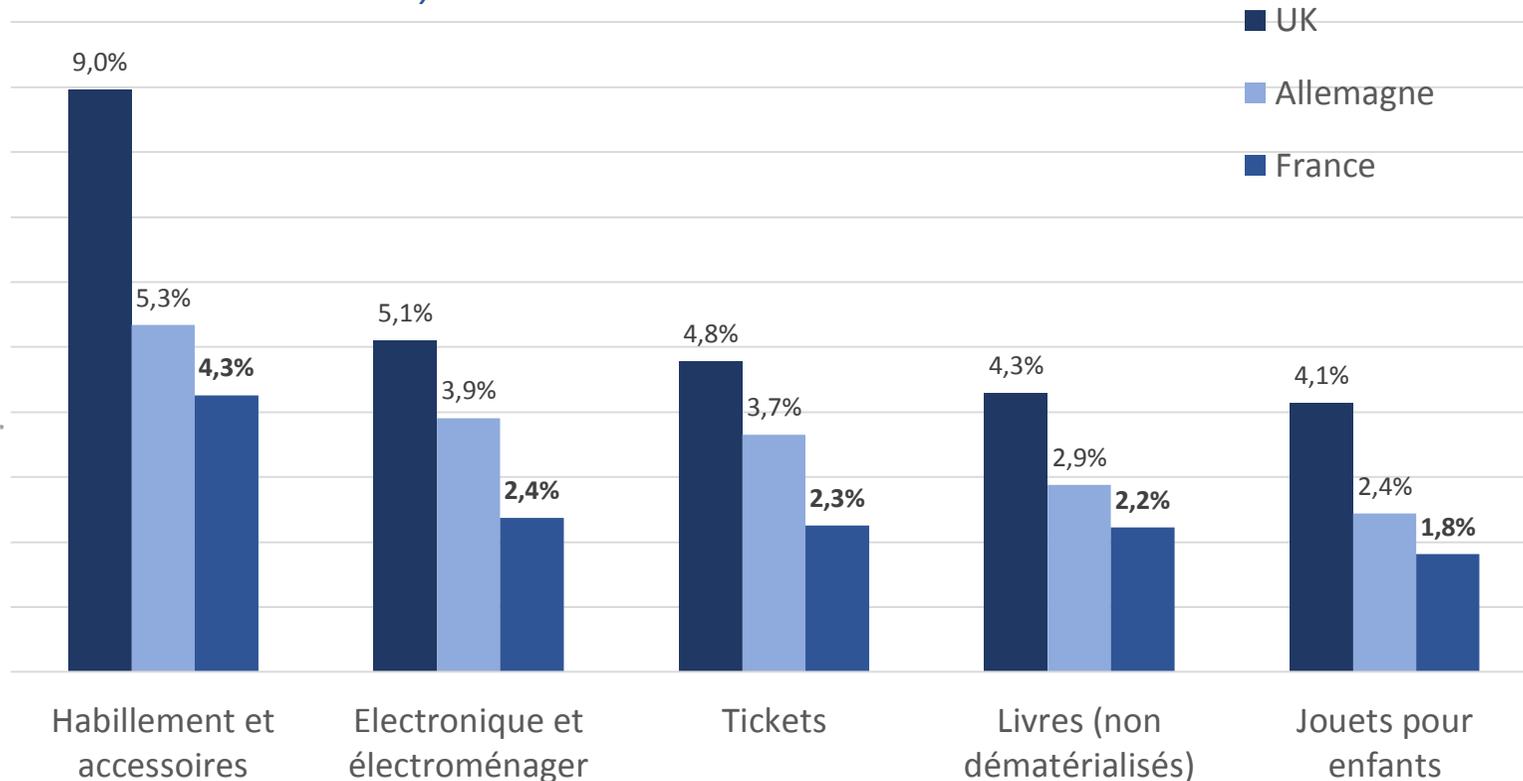
Actions réalisées en magasin



Comparatif Europe

Achats réalisés via mobile (UK/GE/FR)

Moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014



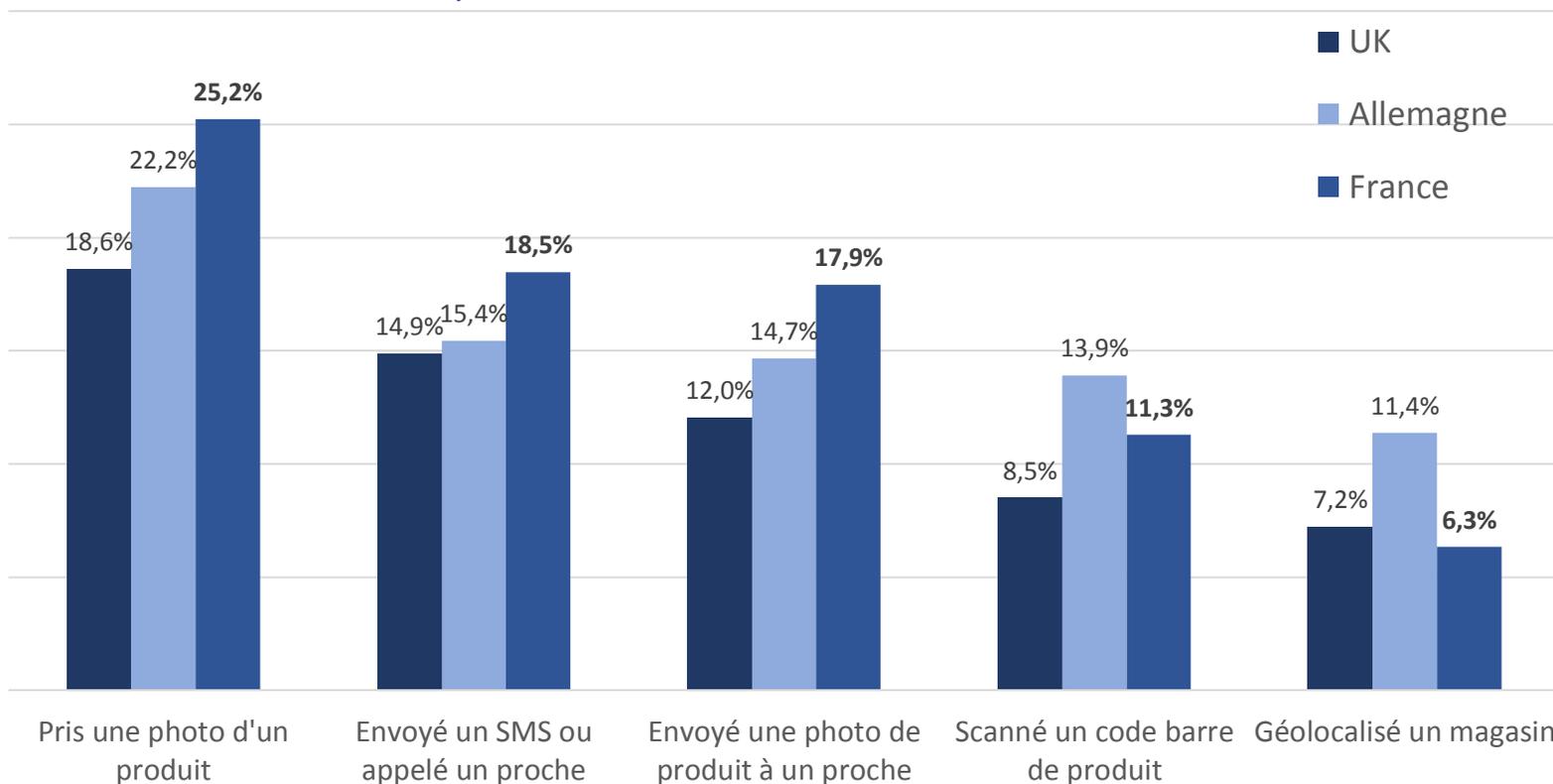
COMSCORE

Anglais et Allemands sont plus nombreux en moyenne à acheter via mobile

Comparatif Europe

Actions réalisées en magasin (UK/GE/FR)

Moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014



Les Français sont en revanche généralement plus actifs en magasin avec leur mobile



Le baromètre trimestriel du Marketing Mobile en France Le détail des données

// 6^{ème} édition // Juin 2014

En collaboration avec



Mediametrie



Données de ventes France

Source GfK - MAJ trimestrielle

Ventes de Mobiles classiques et Smartphones

Données 100% du marché. Retail + Pro

		T1 2010	T2 2010	T3 2010	T4 2010	T1 2011	T2 2011	T3 2011	T4 2011	T1 2012	T2 2012	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Volumes en milliers	Mobiles	4 483	4 019	4 187	4 264	3 579	2 905	2 937	3 366	2 670	2 179	2 229	2 343	2 065	1 700	1 919	2 197	1 564
	Smartphones	1 509	1 599	2 047	2 576	2 685	2 391	2 769	3 637	2 986	2 842	3 308	4 450	3 236	3 246	3 989	5 299	3 690
	Total marché	5 992	5 618	6 234	6 840	6 264	5 296	5 706	7 003	5 656	5 021	5 537	6 793	5 293	4 946	5 908	7 496	5 254
Volumes %	Mobiles	75%	72%	67%	62%	57%	55%	51%	48%	47%	43%	40%	34%	39%	34%	32%	29%	30%
	Smartphones	25%	28%	33%	38%	43%	45%	49%	52%	53%	57%	60%	66%	61%	66%	68%	71%	70%

Ventes annuelles comparées

	Total 2010	Total 2011	Total 2012	Total 2013	Estimations 2014
Smartphones (retail + pro)	7 731	11 482	13 586	15 770	17 569
PC portables (retail)	5 121	5 314	4 443	4 010	3 903
Tablettes (retail)	454	1 149	3 605	6 110	6 997

Source : panels distributeurs, GfK Consumer Choices 2014



Données de marché

Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

LE MARCHÉ DU MOBILE

Taux d'utilisateurs principaux d'un téléphone mobile en France	T3 2011	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Utilisateurs principaux d'un téléphone mobile	82,1%	82,6%	83,0%	83,2%	83,5%	83,7%	84,0%	83,8%

Base : ensemble des individus 11 ans et plus (n = 54 630) | Source : TSM

Taux d'utilisateurs de l'Internet mobile		T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Mobinautes DM de 11 ans et plus (% et millions)		41,2%	43,5%	44,4%	46,2%	47,5%	49,7%	50,7%
		22,3	23,6	24,1	25,1	25,8	27	27,7

Base : ensemble des individus 11 ans et plus (n = 54 630) | Source : TSM

Téléphones équipés 4G

Equipés 4G 20,8%

Non-équipés 4 G 79,2%

Base : ensemble des internautes de 15 ans et plus équipés smartphone (n = 25 852)

Source : Web Observatoire



Médiamétrie



Données de marché Tablettes

Source Médiamétrie et GfK - MAJ trimestrielle



LES TABLETTES TACTILES

Taux d'équipement en tablettes tactiles	T1 2012	T2 2012	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013
Foyers français équipés en tablette tactile	8,0%	9,3%	10,9%	14,1%	18,4%	21,5%	24,7%	28,7%
Foyers français équipés en tablette tactile	2,2	2,6	3	3,9	5,1	5,9	6,8	7,9
					132%	127%	127%	103%

Taux d'équipement en tablettes tactiles	T1 2014
Foyers français équipés en tablette tactile	32,6%
Foyers français équipés en tablette tactile	9,1

A partir du T1 2014, le taux d'équipement en Tablettes tactiles est issu de l'étude Médiamétrie Home Devices

Répartition des OS tablettes	T2 2013	T4 2013	T1 2014
Android OS	49,0%	50,8%	55,2%
Apple iOS	44,5%	37,6%	32,7%
Windows 8	2,2%	4,1%	4,1%
BlackBerry OS	0,0%	0,0%	NS
Autre	4,3%	7,4%	8,0%

Base : ensemble des internautes de 15 ans et plus équipés tablette tactile (n = 16 609)

Source : Web Observatoire

Fréquence et usages

Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

L'INTERNET MOBILE

Taux d'utilisateurs de l'Internet Mobile	T3 2011	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T4 2013	T1 2014
Mobinautes DM de 11 ans et plus	41,2%	49,8%	52,5%	53,3%	55,3%	59,1%	60,5%

Base : ensemble des utilisateurs principaux téléphone mobile de 11 ans et plus (n = 45 701) | Source : TSM

Fréquence d'utilisation de l'Internet Mobile	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Tous les jours	54,3%	55,6%	59,6%	57,6%	59,9%	61,9%	63,6%
Presque tous les jours	20,1%	16,5%	18,1%	17,9%	17,8%	17,4%	18,0%
1 à 2 fois par semaine	16,2%	13,6%	12,1%	14,2%	13,6%	13,6%	11,3%
1 à 3 fois par mois	5,5%	10,9%	5,6%	7,0%	5,5%	5,0%	4,7%
Moins souvent	4,0%	3,3%	3,6%	3,3%	3,1%	2,1%	2,4%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 27 702) | Source : TSM



Base totale installée Smartphones par plateforme système

Source comScore MAJ trimestrielle

Parts de marché OS Mobile	Base installée T4 2012	%	Base installée T1 2013	%	Base installée T2 2013	%	Base installée T3 2013	%	Base installée T4 2013	%	Base installée T1 2014	%
Android (Google)	12 783	49,3%	14 135	51,8%	15 197	53,8%	15 970	55,9%	16 781	56,3%	18 764	59,2%
iOS (Apple)	5 821	22,4%	6 006	22,0%	6 019	21,3%	5 970	20,9%	6 505	21,8%	6 663	21,0%
Windows	1 126	4,3%	1 267	4,6%	1 598	5,7%	1 739	6,1%	2 059	6,9%	2 381	7,5%
BlackBerry	1 980	7,6%	2 067	7,6%	1 810	6,4%	1 587	5,6%	1 495	5,0%	1 259	4,0%
Symbian	1 923	7,4%	1 878	6,9%	1 735	6,1%	1 530	5,4%	1 340	4,5%	1 229	3,9%
Autres	2 302	8,9%	1 955	7,2%	1 863	6,6%	1 768	6,2%	1 613	5,4%	1 380	4,4%

comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014 - France, 13+

Profils mobinautes

Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

Sexe	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Hommes	53,1%	55,8%	52,1%	53,1%	55,2%	54,2%	54,2%
Femmes	46,9%	44,2%	47,9%	46,9%	44,8%	45,8%	45,8%
Age	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
11-15 ans	9,5%	7,3%	6,5%	7,7%	7,4%	8,3%	7,0%
16-24 ans	20,8%	23,3%	21,1%	21,2%	19,2%	20,5%	20,3%
25-34 ans	22,4%	22,0%	20,9%	22,4%	21,5%	20,7%	20,5%
35-49 ans	25,8%	27,4%	27,1%	27,1%	27,4%	25,5%	25,7%
50-64 ans	15,4%	14,8%	17,9%	15,8%	17,9%	17,4%	17,8%
65 ans et plus	6,2%	5,2%	6,5%	5,8%	6,6%	7,5%	8,7%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 27 702) - Source : TSM

Profils mobinautes

Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

CSP	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
CSP+	34,9%	34,3%	34,8%	33,0%	32,6%	32,0%	32,1%
CSP-	29,5%	31,4%	29,7%	30,3%	31,2%	31,3%	28,8%
Retraités	6,7%	7,6%	8,6%	7,8%	9,0%	8,8%	10,2%
Etudiants	14,9%	15,3%	13,0%	14,6%	14,2%	14,5%	13,8%
Autres	14,0%	11,4%	13,9%	14,4%	13,0%	13,3%	15,1%

Région d'habitation	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Région parisienne	23,7%	22,7%	23,5%	22,0%	23,0%	21,9%	22,7%
Méditerranée	12,7%	12,9%	13,4%	13,8%	12,6%	13,1%	12,6%
Sud-est	11,5%	12,3%	12,0%	13,5%	12,3%	11,9%	12,5%
Ouest	10,8%	11,2%	11,0%	11,2%	11,8%	11,9%	11,7%
Sud-ouest	9,8%	9,6%	9,8%	10,9%	10,3%	10,5%	11,2%
Bassin parisien est	5,9%	8,6%	8,7%	6,1%	8,4%	9,5%	8,6%
Bassin parisien ouest	7,6%	8,1%	7,8%	8,4%	8,1%	8,6%	7,3%
Est	10,8%	7,9%	7,4%	7,6%	6,8%	7,0%	6,7%
Nord	7,2%	6,8%	6,4%	6,6%	6,7%	5,5%	6,7%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 27 702) | Source : TSM



Mediametrie

Usages mobiles

Source comScore MAJ trimestrielle

L'INTERNET MOBILE

Taux d'utilisateurs de l'Internet Mobile	T3 2011	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T4 2013	T1 2014
Mobinautes DM de 11 ans et plus	41,2%	49,8%	52,5%	53,3%	55,3%	59,1%	60,5%

Base : ensemble des utilisateurs principaux téléphone mobile de 11 ans et plus (n = 45 701) | Source : TSM

Fréquence d'utilisation de l'Internet Mobile	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014
Tous les jours	54,3%	55,6%	59,6%	57,6%	59,9%	61,9%	63,6%
Presque tous les jours	20,1%	16,5%	18,1%	17,9%	17,8%	17,4%	18,0%
1 à 2 fois par semaine	16,2%	13,6%	12,1%	14,2%	13,6%	13,6%	11,3%
1 à 3 fois par mois	5,5%	10,9%	5,6%	7,0%	5,5%	5,0%	4,7%
Moins souvent	4,0%	3,3%	3,6%	3,3%	3,1%	2,1%	2,4%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 27 702) | Source : TSM

Achats Mobile (M-Commerce)

Source comScore MAJ trimestrielle

	Base		Presque tous les jours		Au moins 1 fois par semaine		De 1 à 3 fois par mois		Au moins 1 fois dans le mois	
	Audience (en 000)	% Vertical	Audience (en 000)	%	Audience (en 000)	%	Audience (en 000)	%	Audience (en 000)	%
Total Audience : 13 ans et +	47 500	100	327	0,69	810	1,71	1 607	3,38	2 744	5,78
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) lors du dernier mois en T4 2012	25 140	100	327	1,30%	810	3,22%	1 607	6,39%	2 744	10,92%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) lors du dernier mois en T1 2013	26 345	100	384	1,46%	736	2,79%	1 673	6,35%	2 793	10,60%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) lors du dernier mois en T2 2013	27 308	100	440	1,61%	834	3,05%	1 705	6,24%	2 980	10,91%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) lors du dernier mois en T3 2013	27 308	100	597	2,18%	1 069	3,91%	2 271	8,32%	3 936	14,41%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) lors du dernier mois en T4 2013	29 792	100	411	1,38%	860	2,89%	1 701	5,71%	2 972	9,98%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) lors du dernier mois en T1 2014	31 676	100	430	1,36%	943	2,98%	1 807	5,71%	3 180	10,04%

comScore MobiLens, Moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2014, France, 13+



Plus d'infos sur le Marketing Mobile ?

www.mmaf.fr

coordination@mmaf.fr

Contributeurs au Baromètre du Marketing Mobile :

Coordinateur : **Philippe Dumont – Azetone** : phildu@azetone.com

En collaboration avec

