



# Le Baromètre Trimestriel du Marketing Mobile en France

// Juin 2015 - 10<sup>ème</sup> édition //

*Données avril et mai 2015*

En collaboration avec



Mediametrie

Coordinateur : Philippe Dumont – **Azetone** – [phildu@azetone.com](mailto:phildu@azetone.com)





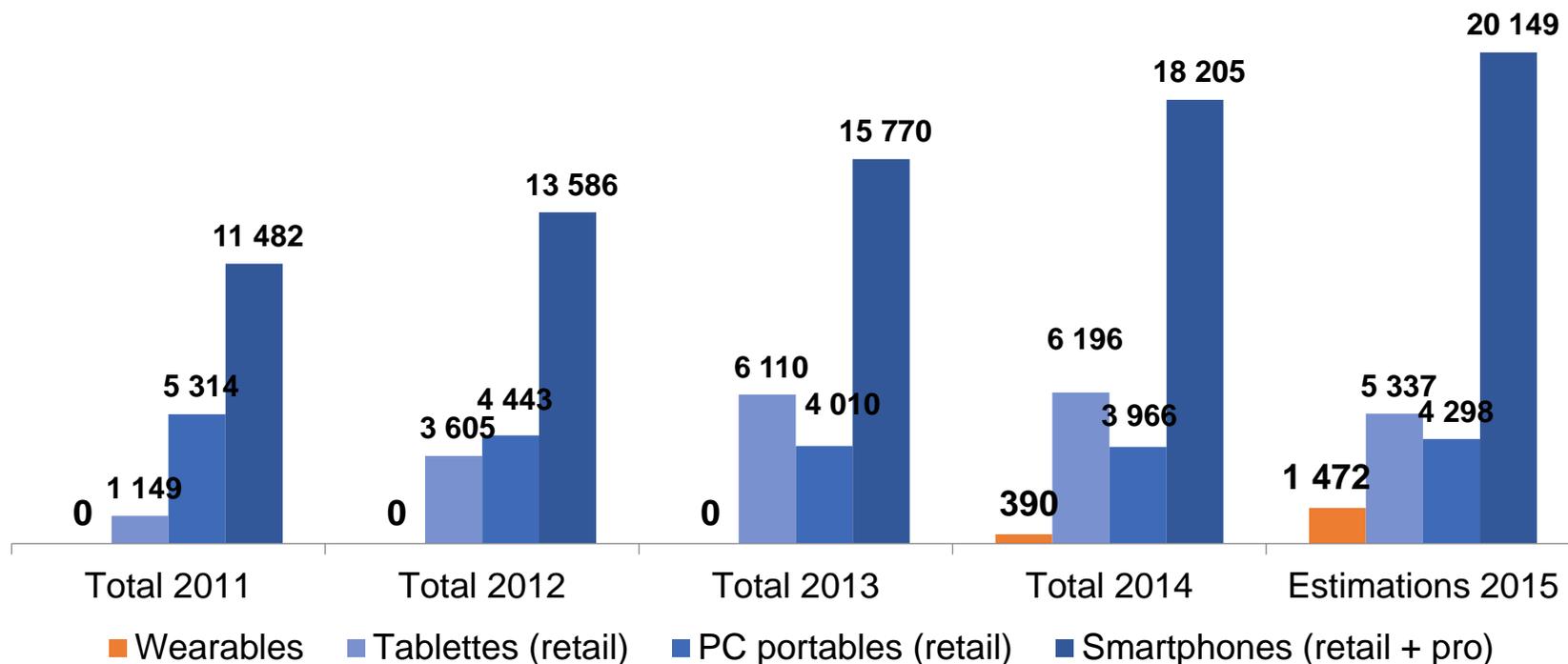
# Introduction & Crédits

- 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 – 2015 »
- 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



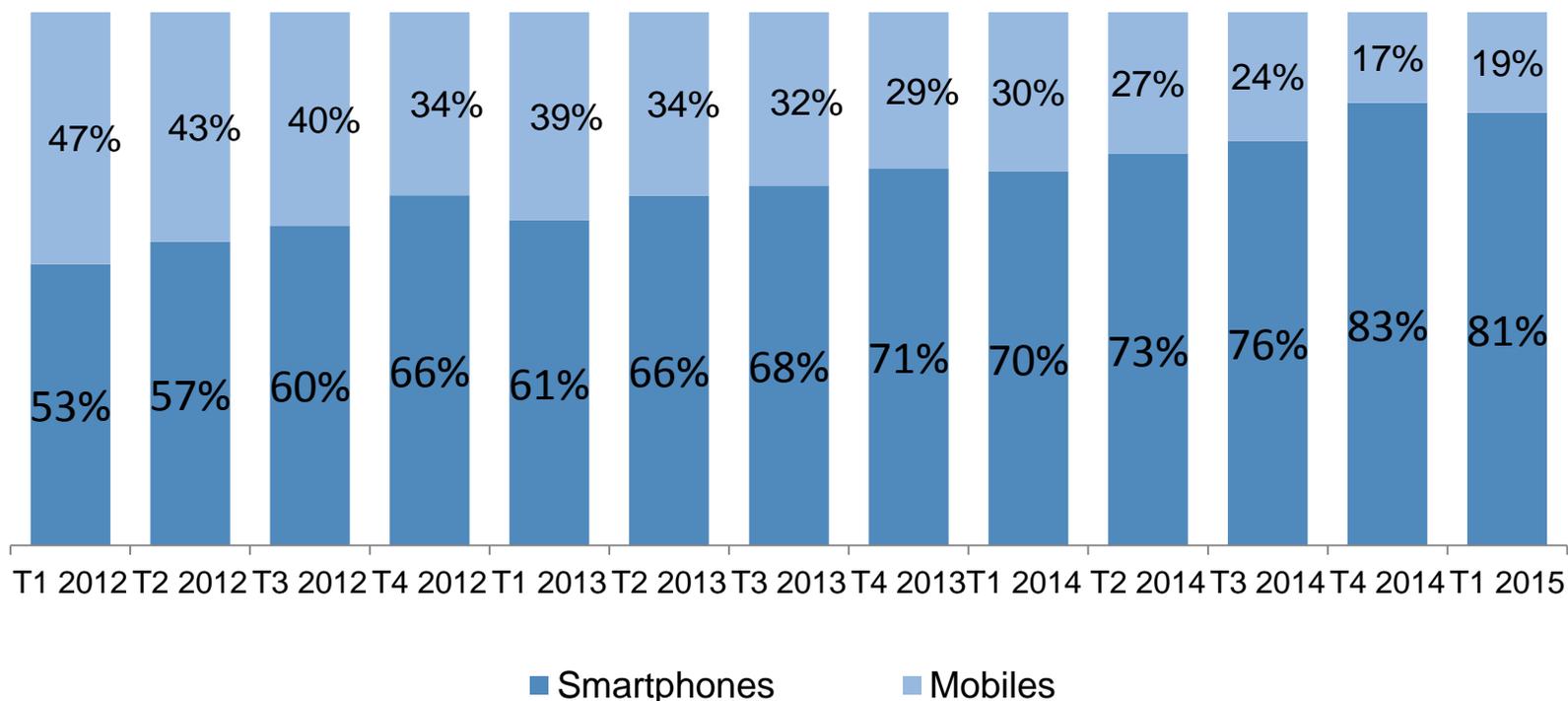
Au delà de l'inexorable progression des ventes de Smartphones, les ventes de « wearables » vont réellement décoller cette année (1,5 M d'u.) et plus que compenser le tassement des ventes de tablettes



# Vers de plus en plus de Smartphones

## Part des Smartphones dans les ventes de mobiles

Source : Panels Distributeurs, GfK Consumer Choices

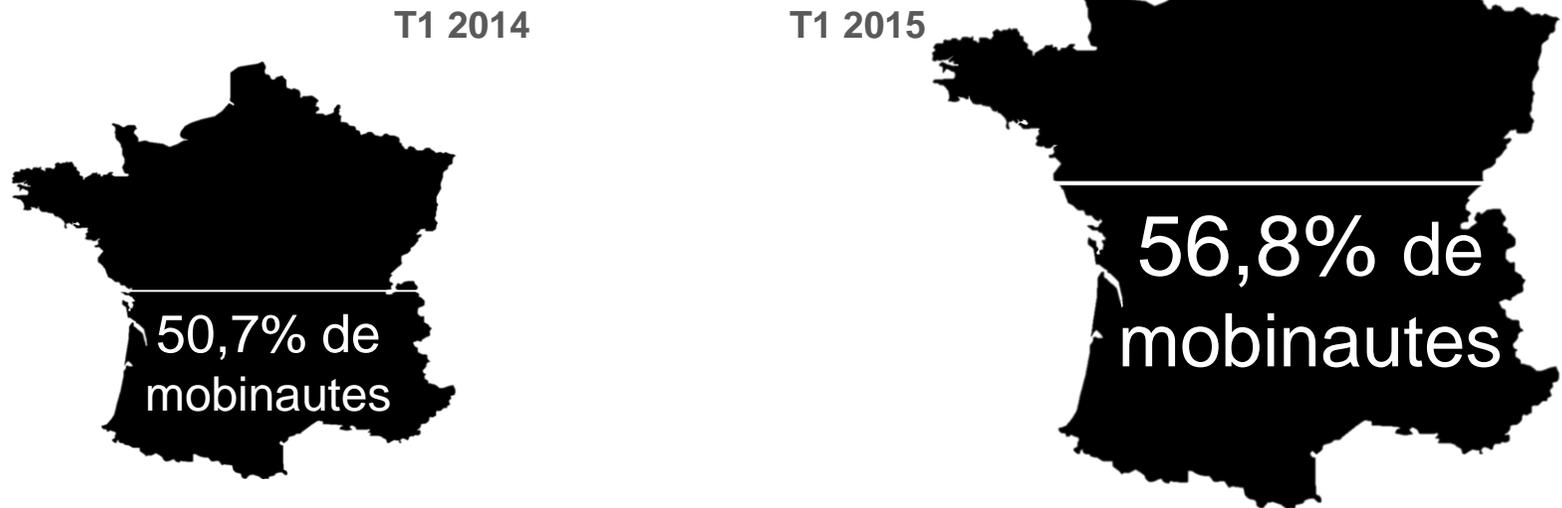


Ce sont désormais plus de 5 téléphones sur 6 vendus qui sont des Smartphones !

# Plus de la moitié des Français sont mobinautes

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

Plus de 1 Français sur 2 sont des mobinautes...



... et une forte augmentation d'une année sur l'autre

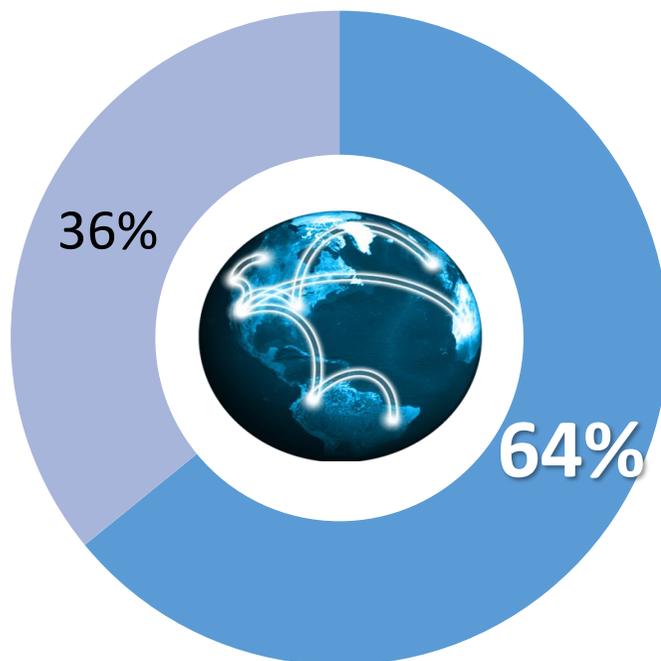


\* Dernier mois

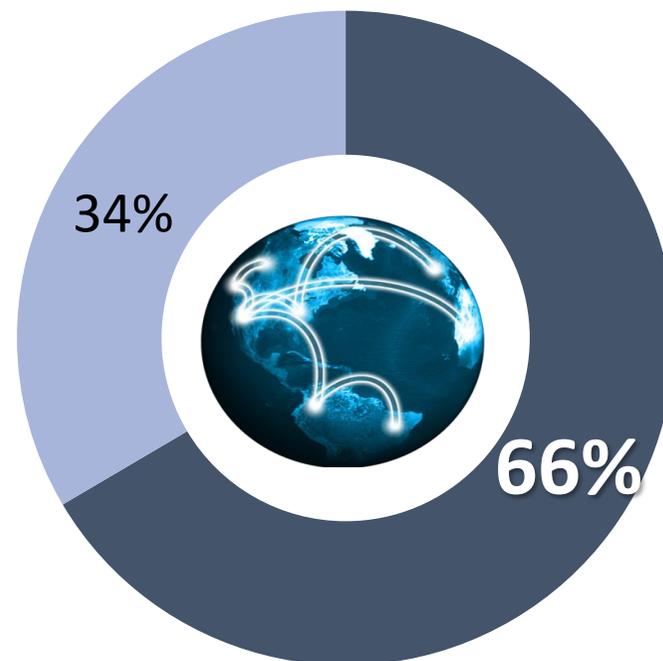
# Des Français de mieux en mieux connectés

## Taux de pénétration en Smartphones auprès des internautes

Base : Ensemble des internautes de 15 ans et plus (n 43 050) - Source : Web Observatoire



T1 2014



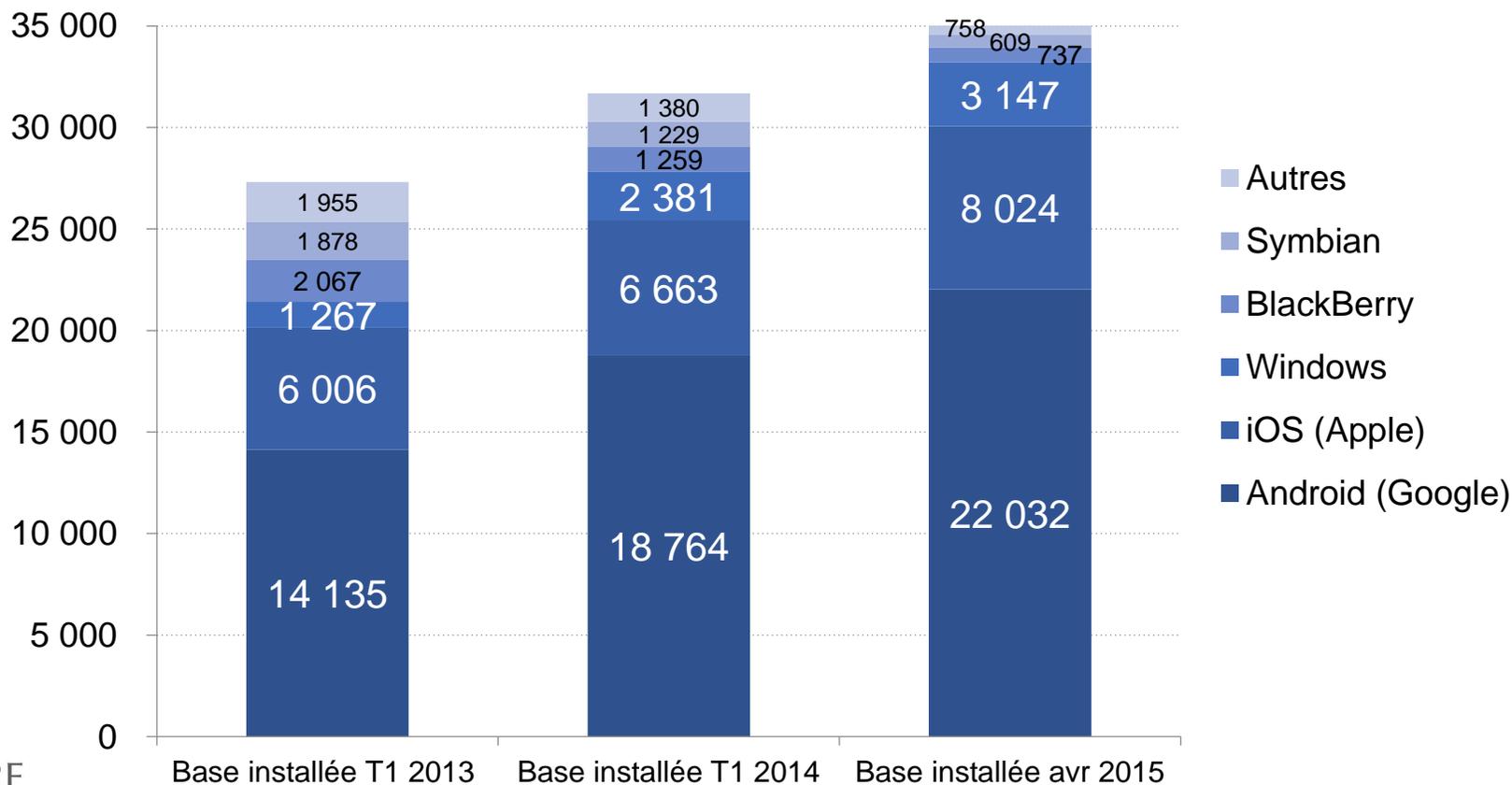
T1 2015

# 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 2015, France



Android et iOS totalisent plus de 30 millions d'utilisateurs actifs.  
Windows Phone se hisse au-dessus des 3 millions

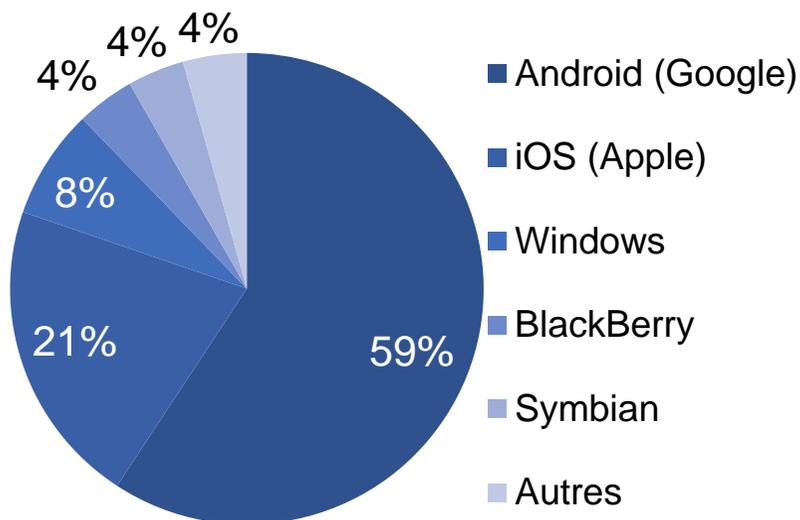
# Un marché systèmes en constante évolution

## Répartition par OS des Smartphones

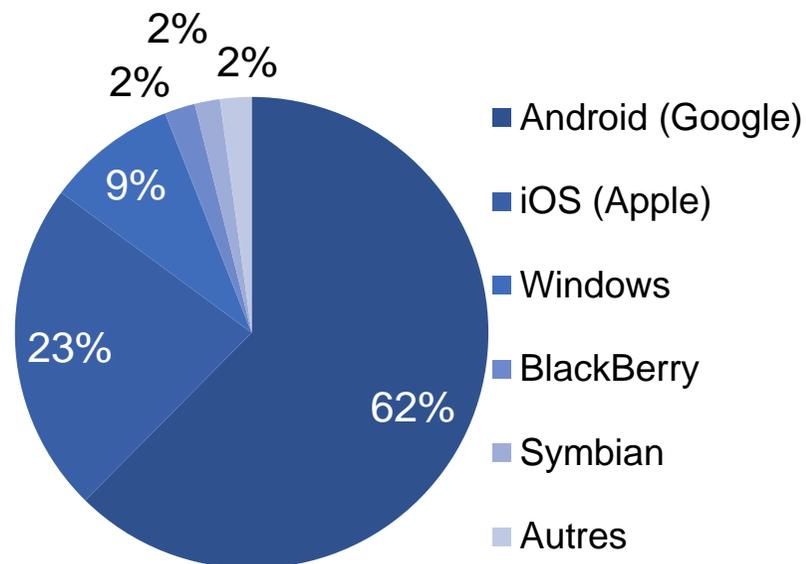
Base : utilisateurs de Smartphones de + de 13 ans

Source : comScore MobiLens. Moyenne sur 3 mois se terminant en avril 2015, France

Base installée mars 2014



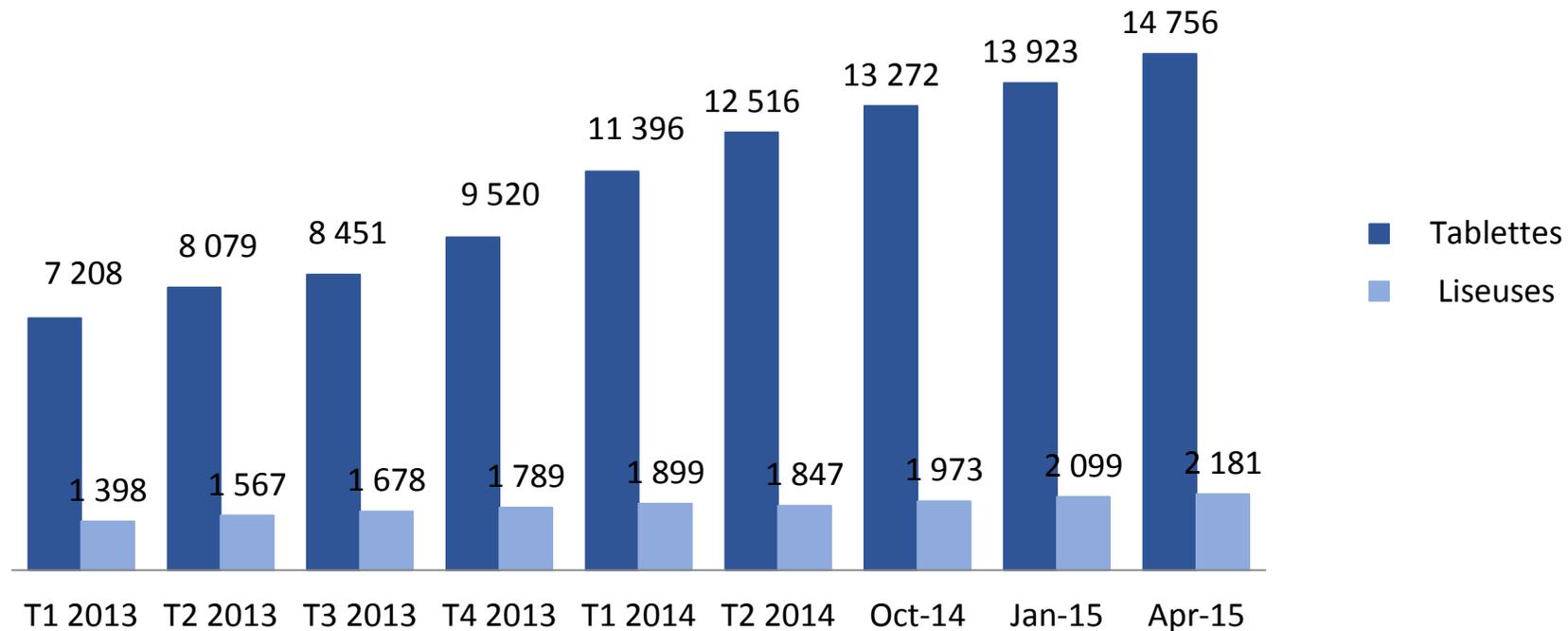
Base installée avril 2015



La répartition des parts de marché illustre le partage entre 3 acteurs, iOS d'Apple, Android de Google et Windows Phone de Microsoft qui pèsent 93 % des OS installés.

# De plus en plus de Tablettes

Base installée en Tablettes et liseuses électroniques (en milliers)



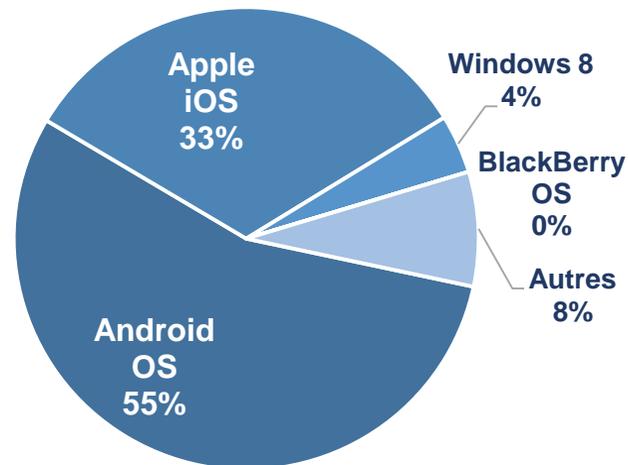
Des ventes qui se tassent mais un équipement toujours en croissance avec plus de 14 millions de Tablettes !

# Les Systèmes d'exploitation pour Tablettes : le même trio que pour les Smartphones

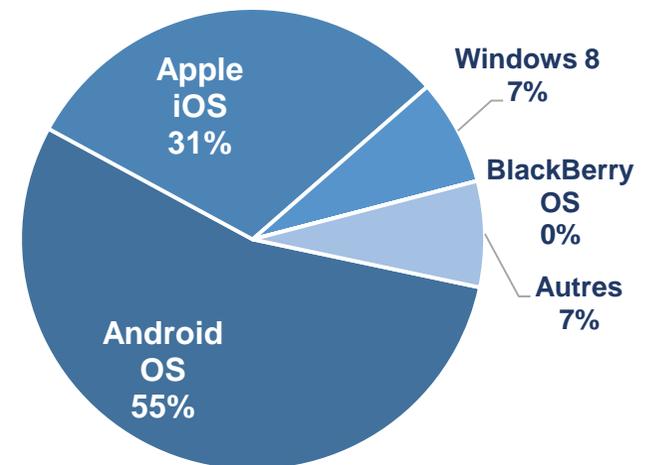
## Répartition par OS des Tablettes

Base : ensemble des internautes de 15 ans et plus équipés tablette tactile -  
Source : Web Observatoire

### Répartition des OS Tablettes T1 2014



### Répartition des OS Tablettes T1 2015

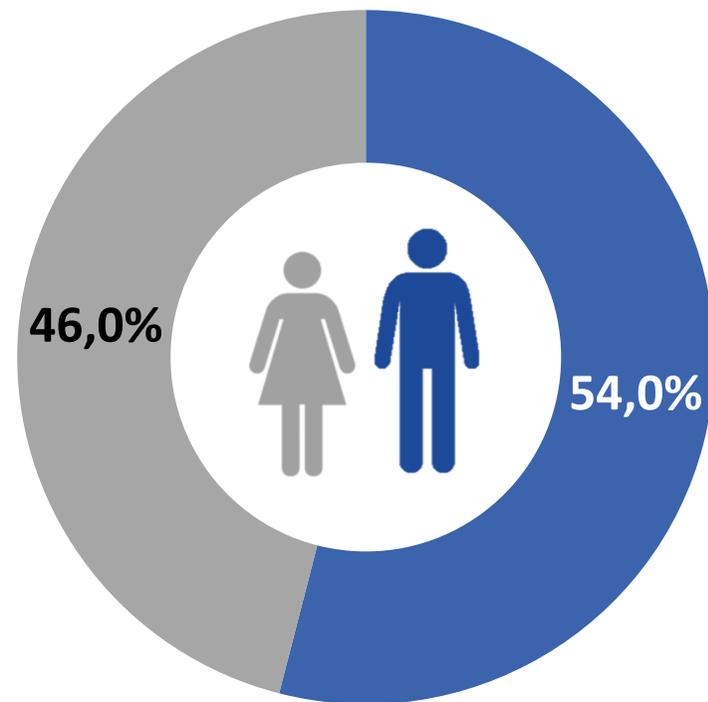
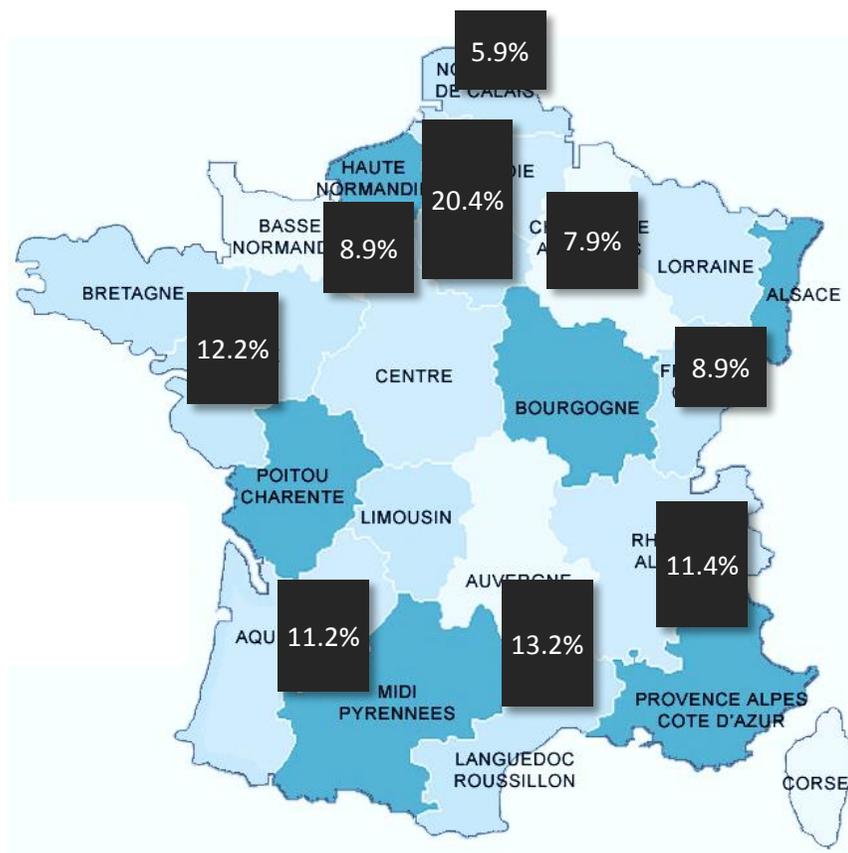


Tout comme pour les Smartphones, les 3 systèmes iOS d'Apple, Android de Google et Windows de Microsoft pèsent désormais 93 % des OS installés.

# Qui sont les mobinautes en France ?

## Profil et répartition géographique des mobinautes

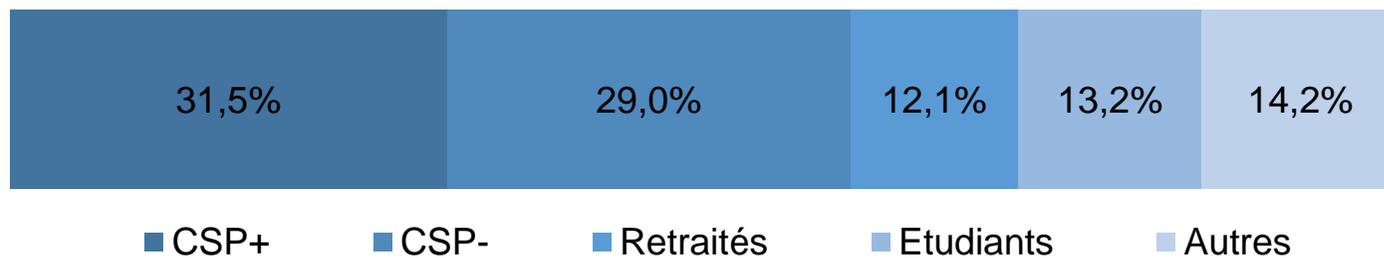
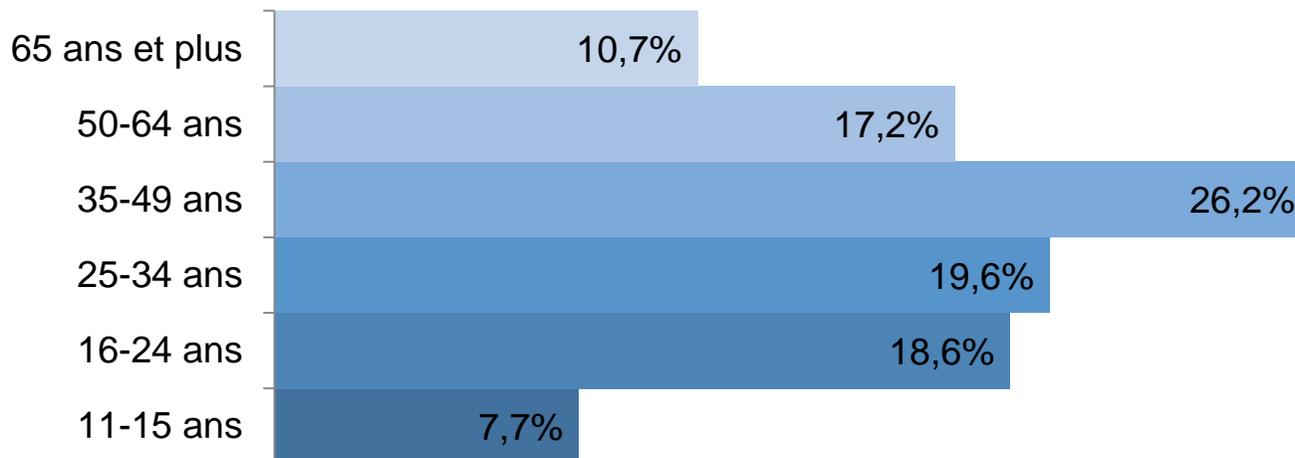
Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 31 065 000) - Source : TSM



# Qui sont les mobinautes en France ?

## Profil des mobinautes

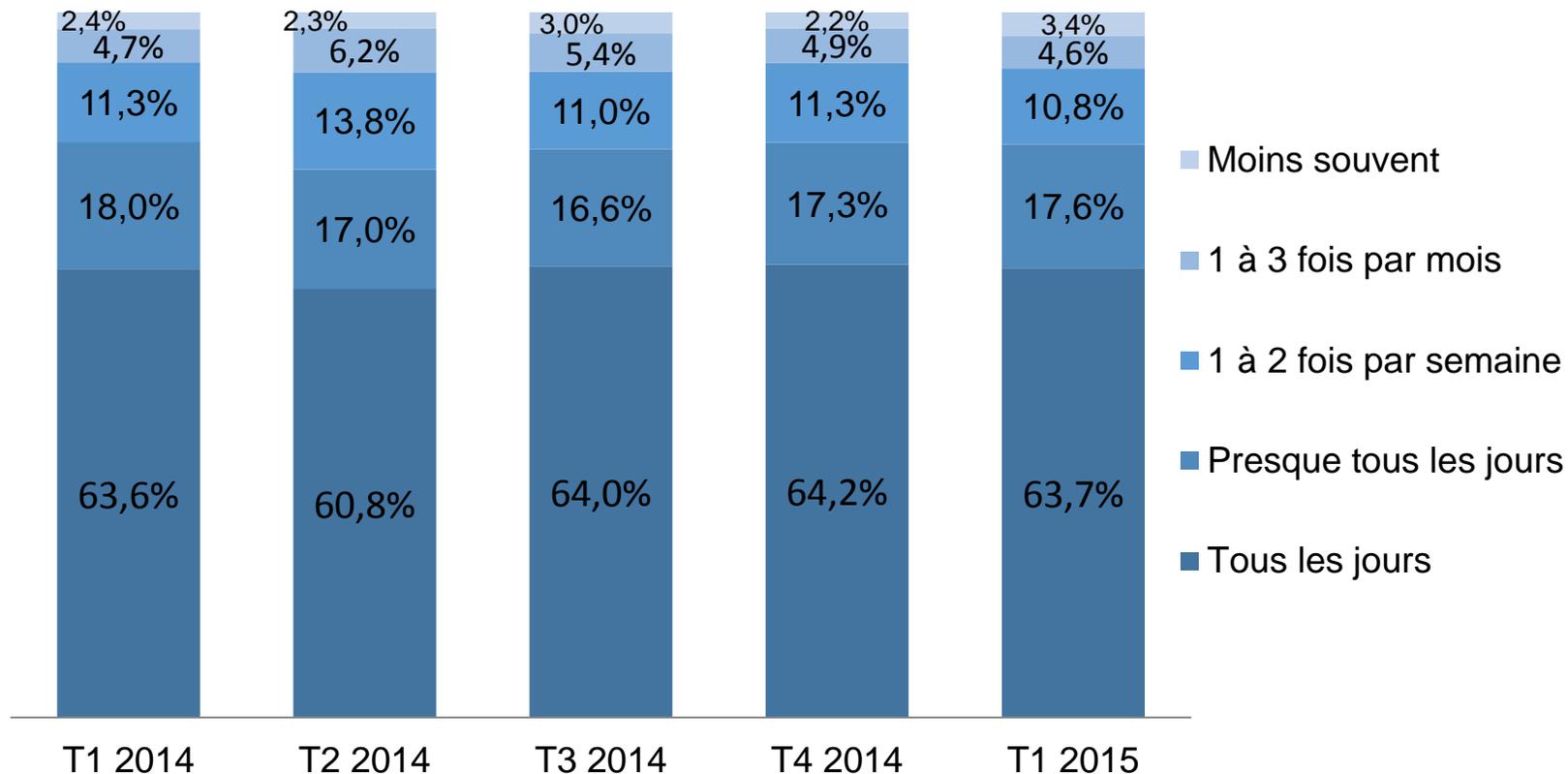
Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 31 065 000) - Source : TSM



# Une utilisation connectée régulière

## Fréquence d'utilisation de l'Internet mobile

Base : ensemble des mobinautes de 11 ans et plus (n = 30 422 000) - Source : TSM



Plus de 80% des mobinautes ont un usage quasi-quotidien de l'Internet mobile !

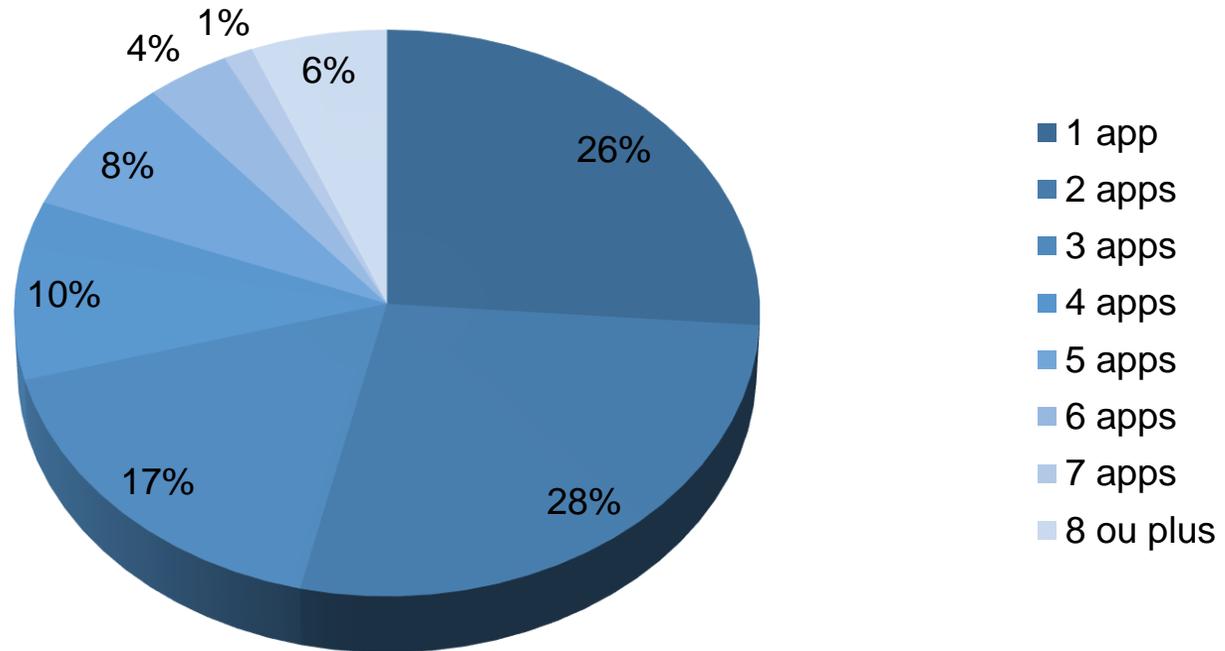


Mediametrie

# Les mobinautes et les applications mobiles

## Nombre d'applications téléchargées par mobinaute (avril 2015)

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



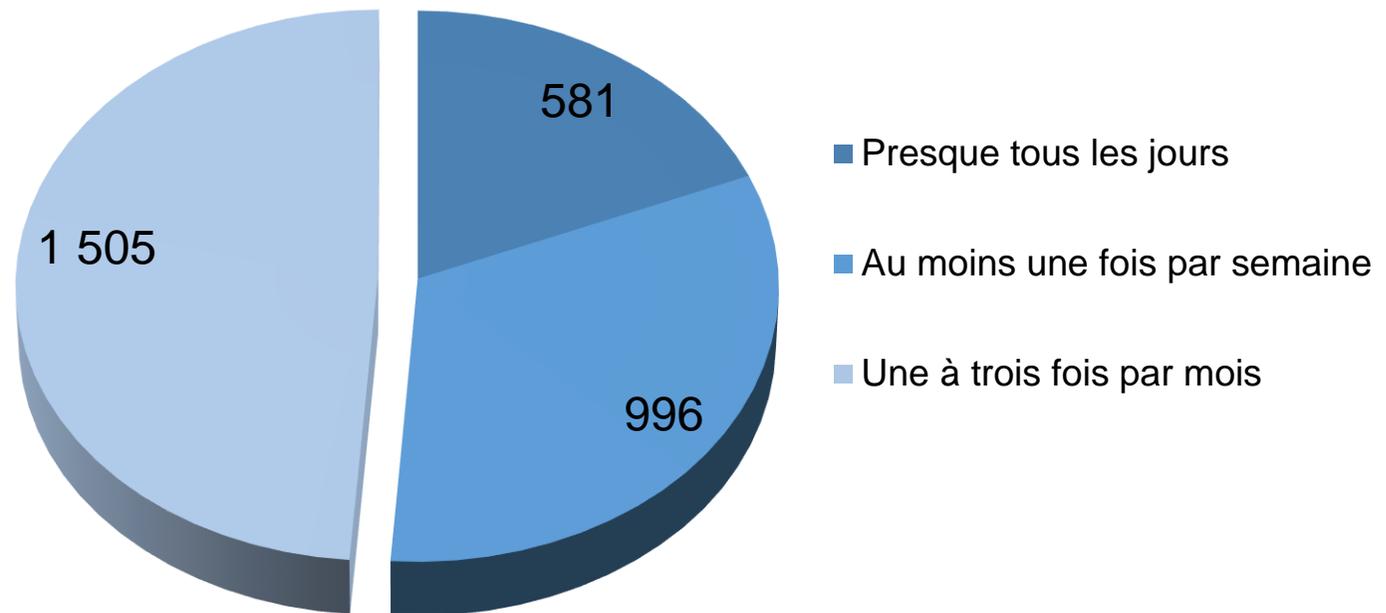
**8,3 millions** d'utilisateurs  
ont téléchargé au moins 1 application au mois d'avril 2015

# Le comportement des mobinautes

## Nombre d'acheteurs au cours des derniers mois

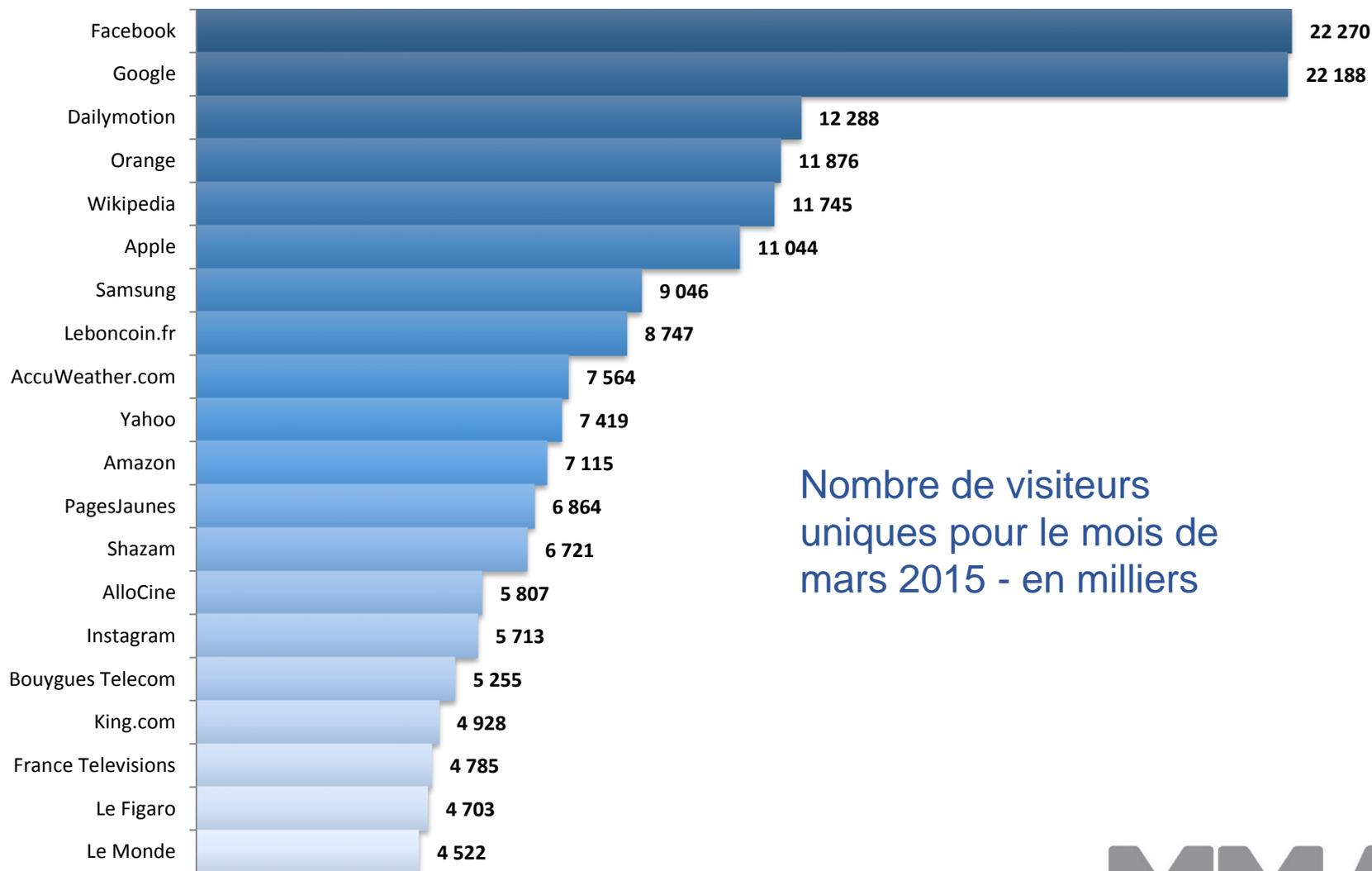
Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus (35 307 000)  
Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en avril 2015, France, 13+

3,1 M d'acheteurs mobiles



Plus de 50% des acheteurs mobiles achètent au moins 1 fois par semaine

# Top 20 des applications les plus utilisées



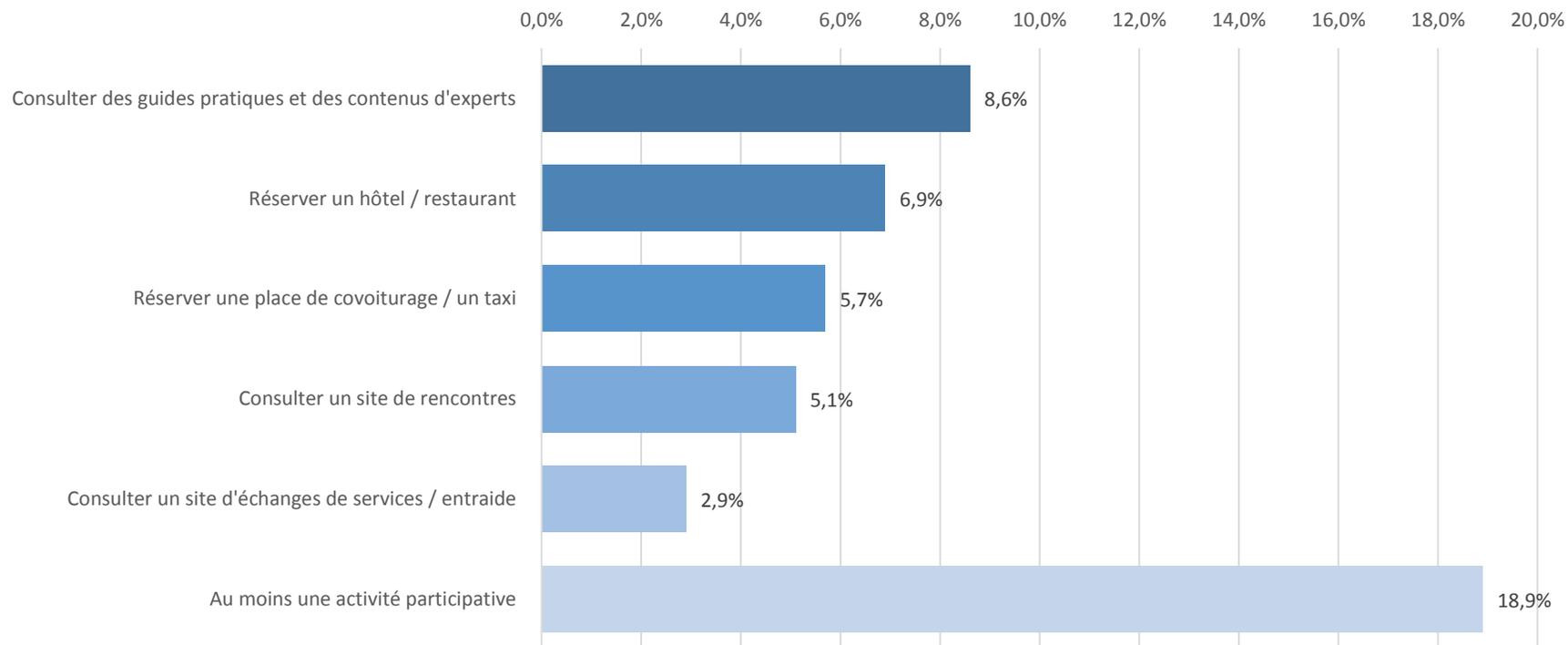
Nombre de visiteurs  
uniques pour le mois de  
mars 2015 - en milliers

# Focus : activités participatives sur Smartphone

Nouveau  
sujet focus

Base : ensemble des internautes DM de 15 ans et plus utilisateurs principaux d'un Smartphone (n=25 575)  
Source : Web Observatoire

## Activités participatives pratiquées sur Smartphone

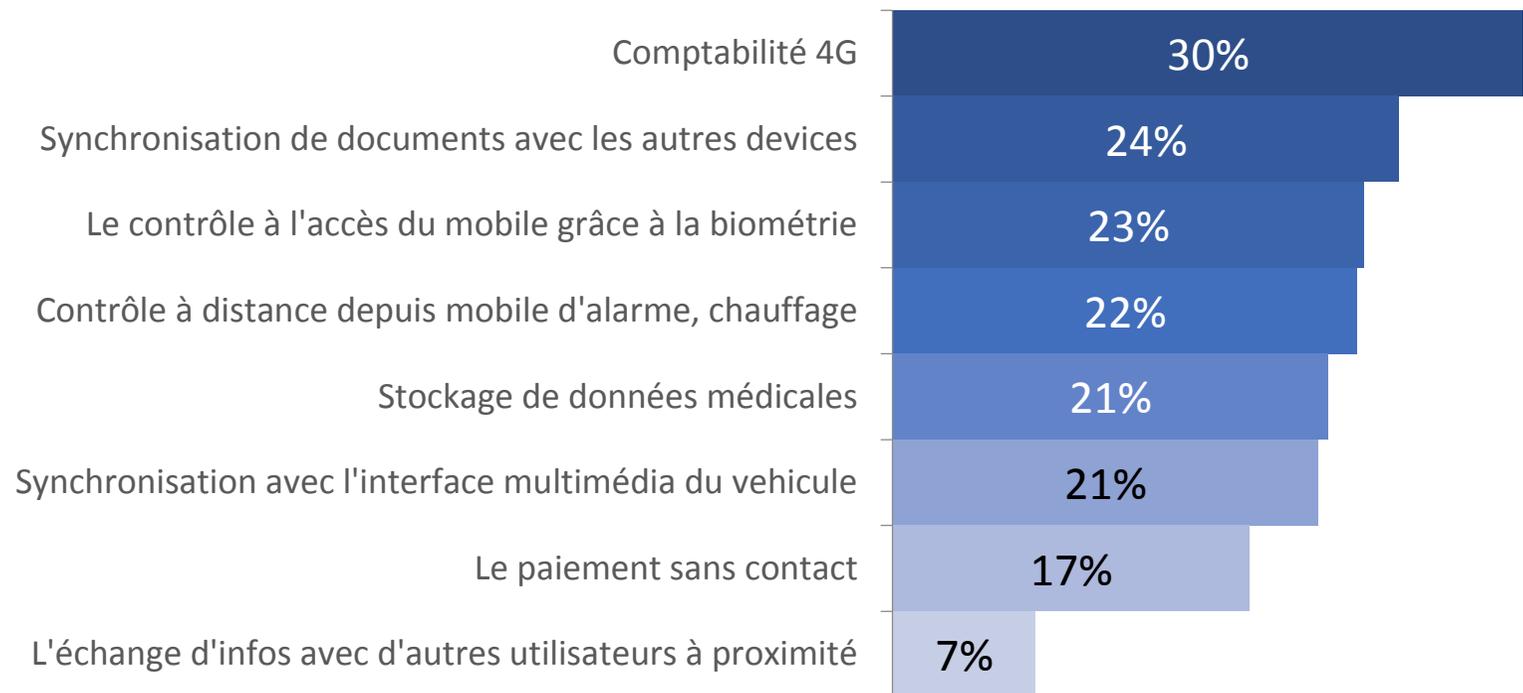


Près d'un utilisateur mobile sur 5 pratique des activités participatives

# Focus IoT\* : Intérêt pour les nouvelles fonctionnalités sur mobile

Nouveau  
sujet focus

Base : ensemble des internautes DM de 15 ans et plus utilisateurs principaux d'un téléphone mobile  
(n=40 252) Source : Web Observatoire



Un intérêt naissant pour le mobile connecté à l'Internet des Objets !

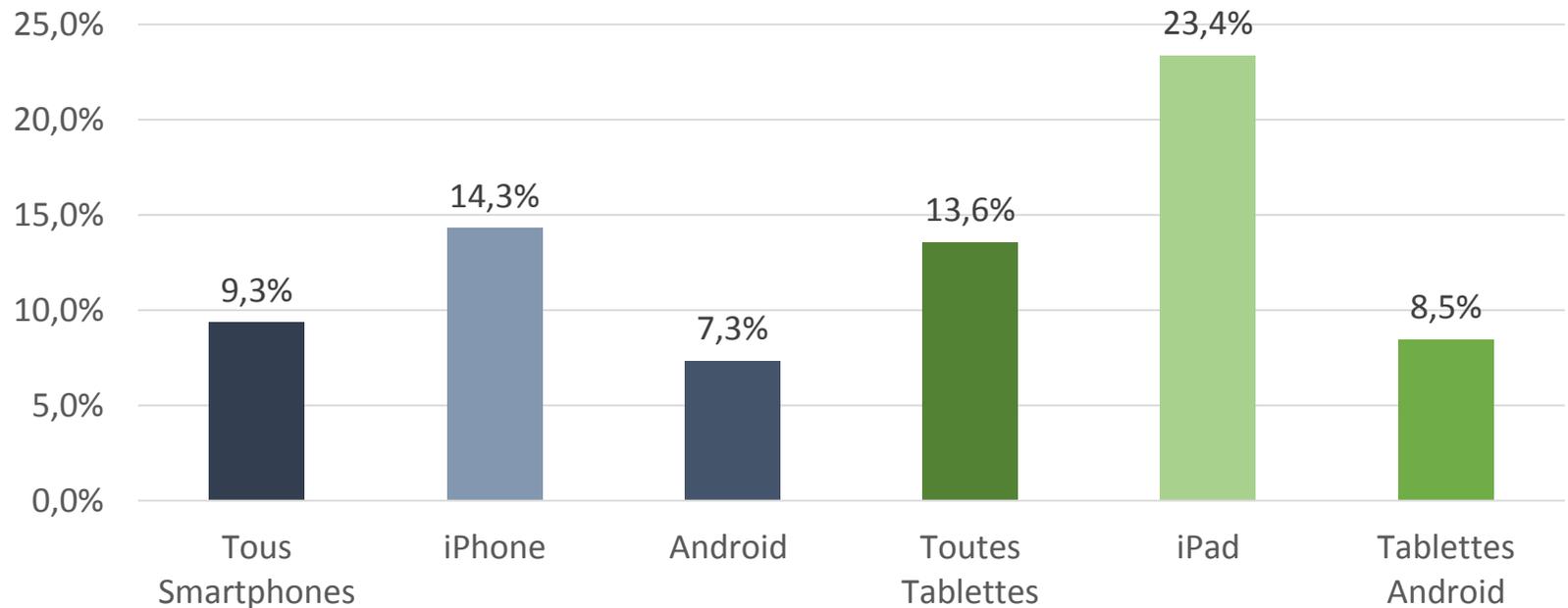
\* IoT : Internet of Things = Internet des Objets

# Focus sur les audiences mobiles pour les sites et applis de commerce mobile

Nouveau  
sujet focus

Base : Total Audience (Browsing and Application combined) : total population = 27 541 000 VU, retail = 3 746 000 VU - % de VU des sites et applis retail - Source : Mobile Metrix – mars 2015

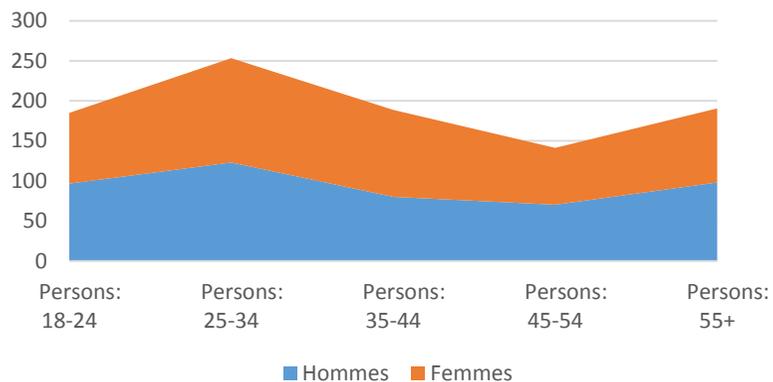
## Audience Mobile sur sites et applis Retail



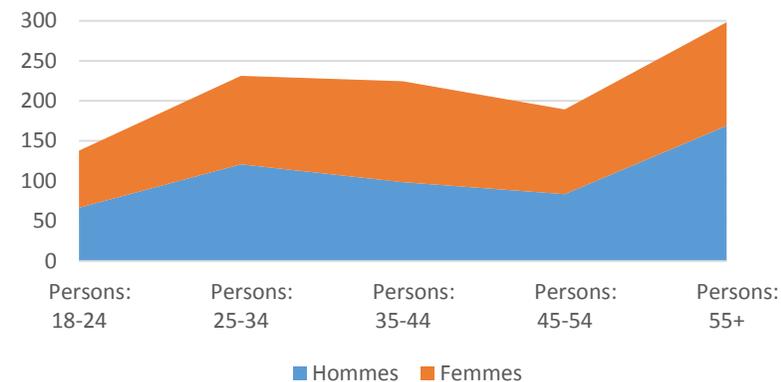
Les sites et application retail concentrent une grande partie de l'audience des plateformes Apple (et notamment l'iPad – 23,4% contre 13,6% sur l'ensemble des tablettes). L'iPad (puis en second l'iPhone) est un must pour les (e-)commerçants

# Focus sur les audiences mobiles pour les sites et applis de commerce mobile

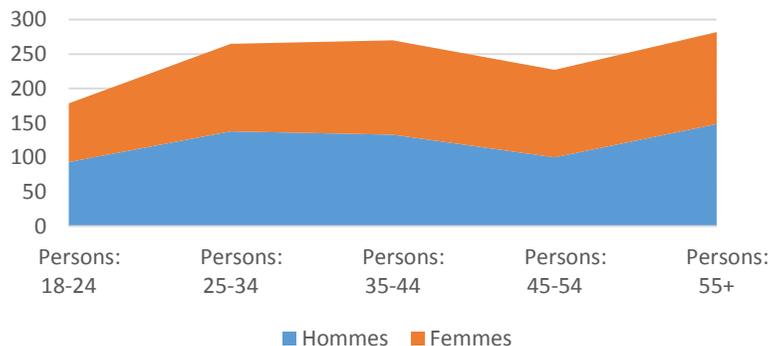
Utilisateurs iPhone



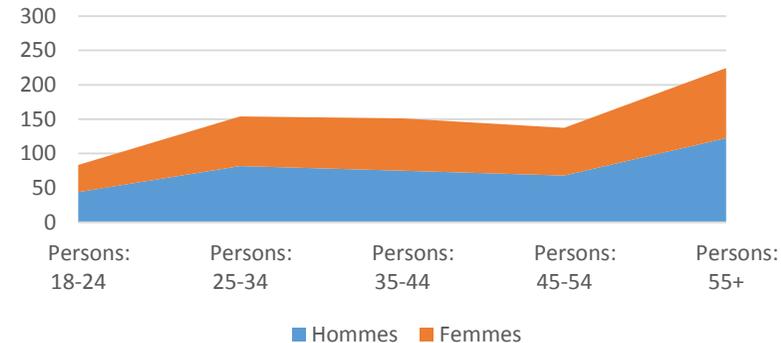
Utilisateurs iPad



Utilisateurs Android Phone



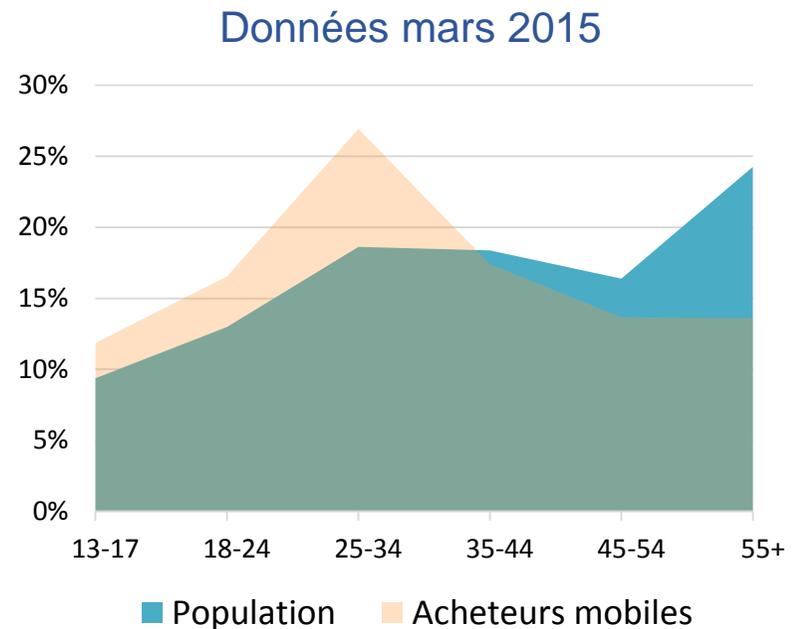
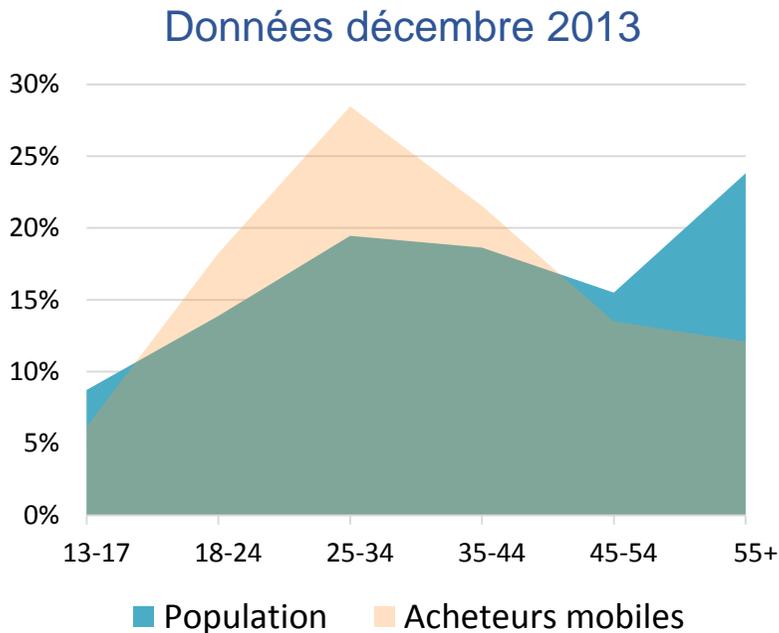
Utilisateurs Android Tablette



Populations et tranches d'âge comparées des utilisateurs de sites et applis retail. A noter les différences de profils entre les utilisateurs de Smartphones et de tablettes

# Evolution du profil des acheteurs mobiles

Base : 13 ans et plus utilisateurs principaux d'un smartphone (n=35 307) Source : MobiLens mars 2015



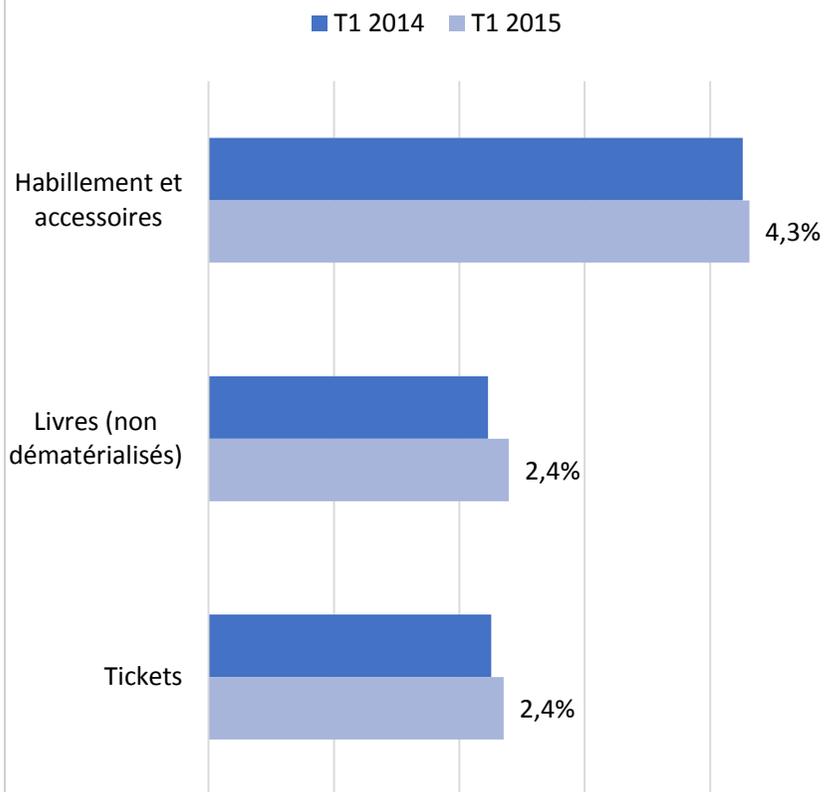
Les acheteurs de 25-34 ans restent surreprésentés mais les plus de 55 ans, et plus encore les moins de 18 ans, représentent une part croissante des acheteurs mobiles

# Le comportement des mobinautes

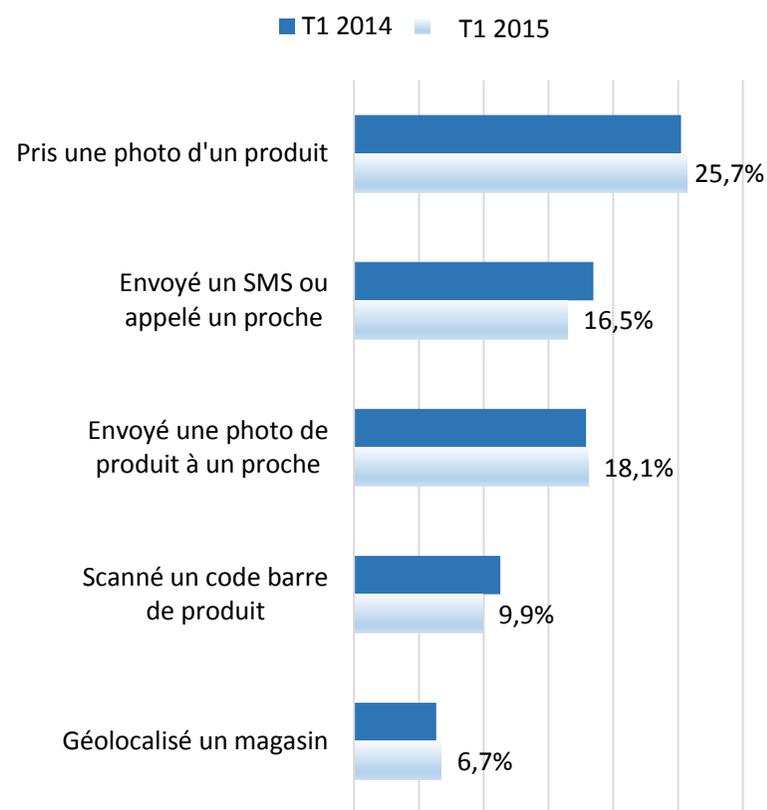
Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus (35 307 000)

Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2015, France, 13+

## Type de produits achetés

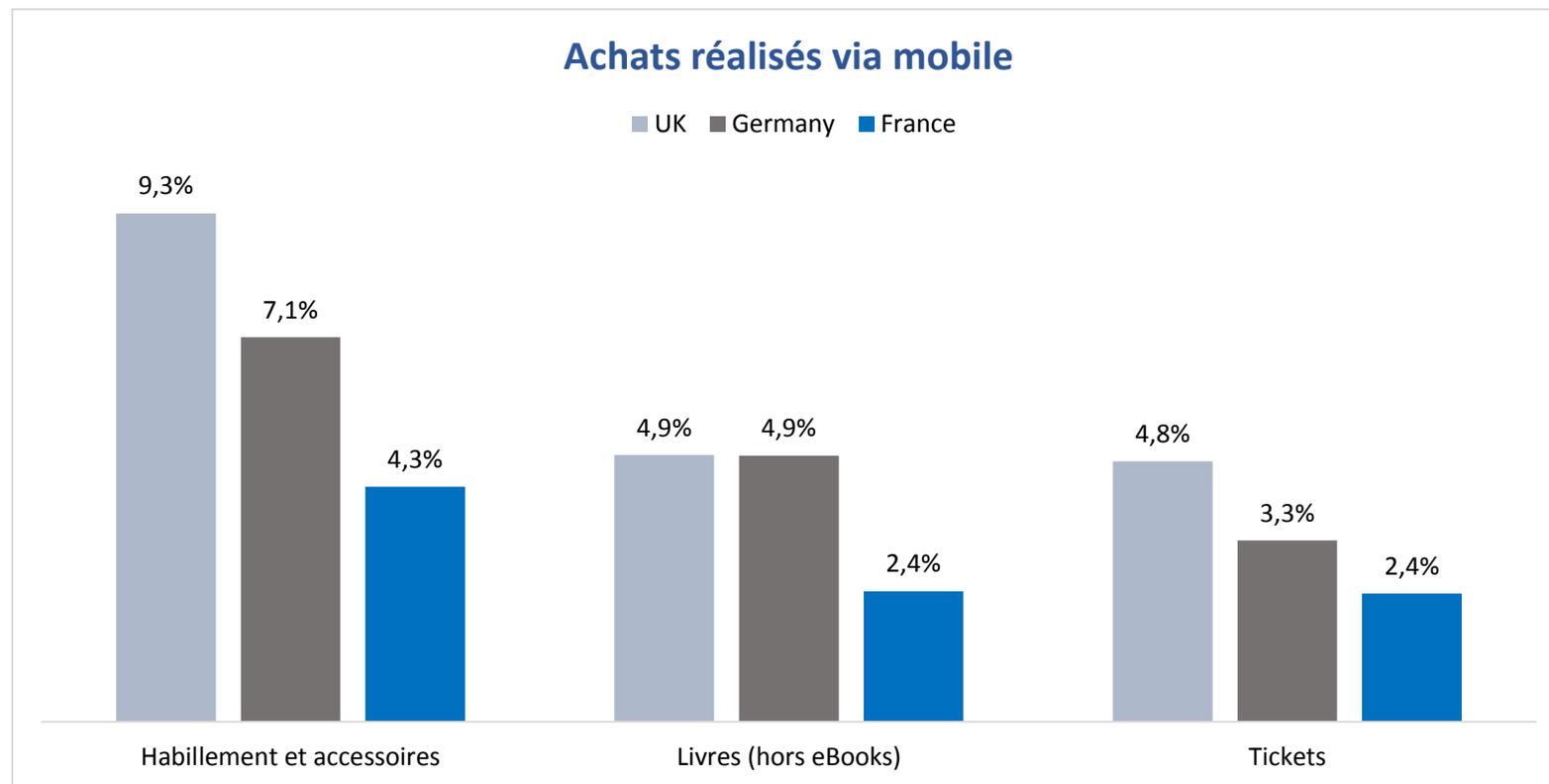


## Actions réalisées en magasin



# Comparatif Europe

Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus en FR, UK et GE  
Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2015

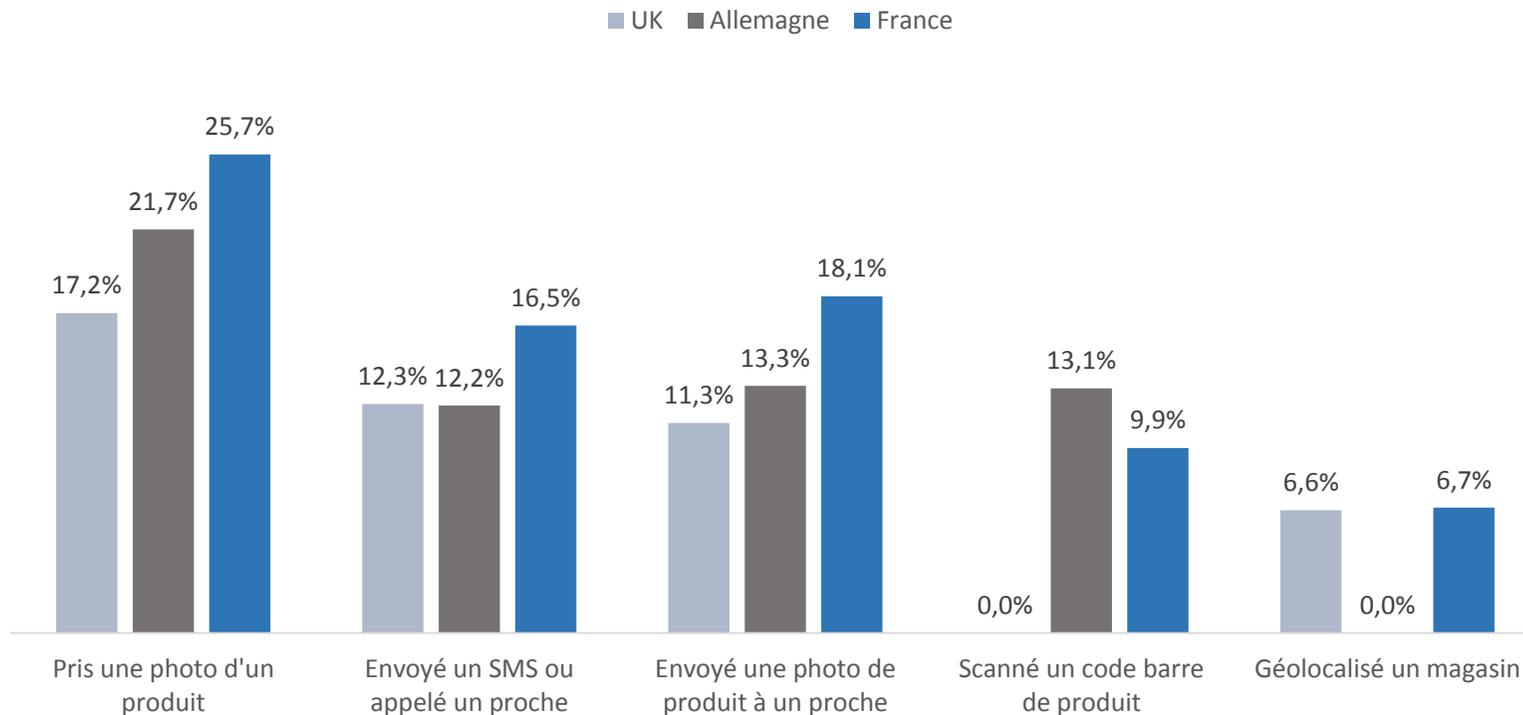


Anglais et Allemands sont plus nombreux en moyenne à acheter via mobile

# Comparatif Europe

Base : utilisateurs de Smartphones de 13 ans et plus en FR, UK et GE  
Source : comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2015

## Les 5 actions les plus réalisées en magasin (UK/GE/FR)



Les Français sont généralement plus actifs en magasin avec leur mobile



# Le Baromètre Trimestriel du Marketing Mobile en France

## Le détail des données

*// Juin 2015 - 10<sup>ème</sup> édition //*

*Données mars et avril 2015*

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	T1 2011	T1 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Volumes en milliers	Mobiles	4 483	3 579	2 670	2 065	1 700	1 919	2 197	1 553	1 367	1 480	1 278	1 017
	Smartphones	1 509	2 685	2 986	3 236	3 246	3 989	5 299	3 650	3 773	4 650	6 274	4 382
	Total marché	5 992	6 264	5 656	5 293	4 946	5 908	7 496	5 203	5 140	6 130	7 552	5 399
Volumes %	Mobiles	75%	57%	47%	39%	34%	32%	29%	30%	27%	24%	17%	19%
	Smartphones	25%	43%	53%	61%	66%	68%	71%	70%	73%	76%	83%	81%

### Ventes annuelles comparées

	Total 2010	Total 2011	Total 2012	Total 2013	Total 2014	Estimations 2015
Smartphones (retail + pro)	7 731	11 482	13 586	15 770	18 205	20 149
PC portables (retail)	5 121	5 314	4 443	4 010	3 966	4 298
Tablettes (retail)	454	1 149	3 605	6 110	6 196	5 337
Wearables					390	1 472

Source : panels distributeurs, GfK Consumer Choices 2015



# Données de marché

## Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

### LE MARCHÉ DU MOBILE

Taux d'utilisateurs principaux d'un téléphone mobile en France	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>Utilisateurs principaux d'un téléphone mobile</b>	83,0%	83,2%	83,5%	83,7%	84,0%	83,8%	84,2%	85,1%	85,7%	85,9%

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

Source : TSM

Taux d'utilisateurs de l'Internet mobile	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>Mobinautes DM de 11 ans et plus (% et millions)</b>	43,5%	44,4%	46,2%	47,5%	49,7%	50,7%	53,8%	55,6%	55,7%	56,8%
	23,6	24,1	25,1	25,8	27	27,7	29,4	30,4	30,4	31,1

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

Taux de pénétration des smartphones auprès de la population internautes	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>Taux d'équipement smartphone des 15 ans et +</b>	56,1%	56,6%	60,1%	61,6%	64,1%	64,3%	65,0%	66,0%	66,5%

Base : ensemble des internautes 15 ans et plus (n = 43 050)

Source : Web Observatoire



Médiamétrie

# Données de marché Tablettes et liseuses

## Source comScore et Médiamétrie - MAJ trimestrielle



Taux d'équipement en tablettes et liseuses	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	oct-14	janv-15
Base 13 ans et +	47 500	47 500	47 500	47 500	47 500	47 110	47 110	47 110
Nb. des 13 ans et + équipées en tablette tactile	7 208	8 079	8 451	9 520	11 396	12 516	13 272	15 303
% des 13 ans et + équipés en tablette tactile	15%	17%	18%	20%	24%	27%	28%	32%
Nb. des 13 ans et + équipées en liseuse	1 398	1 567	1 678	1 789	1 899	1 847	1 973	2 099
% des 13 ans et + équipés en tablette liseuse	3%	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%



Répartition des OS tablettes	T2 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Android OS	49,0%	50,8%	55,2%	54,5%	51,9%	56,0%	54,6%
Apple iOS	44,5%	37,6%	32,7%	31,4%	32,6%	31,1%	30,6%
Windows 8	2,2%	4,1%	4,1%	4,6%	8,2%	6,7%	7,4%
BlackBerry OS	0,0%	0,0%	NS	NS	NS		NS
Autres	4,3%	7,4%	8,0%	9,4%	7,3%	6,2%	7,4%

Base : ensemble des internautes de 15 ans et plus équipés tablette tactile (n = 20 277) - 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	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Mobinautes DM de 11 ans et plus	41,2%	49,8%	52,5%	53,3%	55,3%	59,1%	60,5%	63,9%	65,3%	64,9%	66,1%

Base : ensemble des utilisateurs principaux téléphone mobile de 11 ans et plus (n = 46 975)

Source : TSM

Fréquence d'utilisation de l'Internet Mobile	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Tous les jours	54,3%	55,6%	59,6%	57,6%	59,9%	61,9%	63,6%	60,8%	64,0%	64,2%	63,7%
Presque tous les jours	20,1%	16,5%	18,1%	17,9%	17,8%	17,4%	18,0%	17,0%	16,6%	17,3%	17,6%
1 à 2 fois par semaine	16,2%	13,6%	12,1%	14,2%	13,6%	13,6%	11,3%	13,8%	11,0%	11,3%	10,8%
1 à 3 fois par mois	5,5%	10,9%	5,6%	7,0%	5,5%	5,0%	4,7%	6,2%	5,4%	4,9%	4,6%
Moins souvent	4,0%	3,3%	3,6%	3,3%	3,1%	2,1%	2,4%	2,3%	3,0%	2,2%	3,4%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 31 065)

Source : TSM



Médiamétrie

# 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	Base installée T2 2014	Base installée oct 2014	Base installée jan 2015	Base installée avr 2015	%
Android (Google)	12 783	14 135	15 197	15 970	16 781	18 764	19 686	20 734	21 679	22 032	62,4%
iOS (Apple)	5 821	6 006	6 019	5 970	6 505	6 663	6 865	7 121	7 353	8 024	22,7%
Windows	1 126	1 267	1 598	1 739	2 059	2 381	2 646	3 051	3 047	3 147	8,9%
BlackBerry	1 980	2 067	1 810	1 587	1 495	1 259	1 107	825	801	737	2,1%
Symbian	1 923	1 878	1 735	1 530	1 340	1 229	1 033	733	728	609	1,7%
Autres	2 302	1 955	1 863	1 768	1 613	1 380	1 126	985	829	758	2,1%

comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2015 - France, 13+

# Profils mobinautes

## Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

Sexe	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Hommes	55,8%	52,1%	53,1%	55,2%	54,2%	54,2%	51,0%	53,8%	52,2%	54,0%
Femmes	44,2%	47,9%	46,9%	44,8%	45,8%	45,8%	49,0%	46,2%	47,8%	46,0%

Age	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
11-15 ans	7,3%	6,5%	7,7%	7,4%	8,3%	7,0%	7,1%	7,2%	8,6%	7,7%
16-24 ans	23,3%	21,1%	21,2%	19,2%	20,5%	20,3%	18,6%	18,5%	18,2%	18,6%
25-34 ans	22,0%	20,9%	22,4%	21,5%	20,7%	20,5%	21,0%	20,5%	20,2%	19,6%
35-49 ans	27,4%	27,1%	27,1%	27,4%	25,5%	25,7%	26,3%	26,4%	26,4%	26,2%
50-64 ans	14,8%	17,9%	15,8%	17,9%	17,4%	17,8%	17,7%	17,5%	17,6%	17,2%
65 ans et plus	5,2%	6,5%	5,8%	6,6%	7,5%	8,7%	9,2%	9,9%	9,0%	10,7%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 31 065)

Source : TSM

# Profils mobinautes

## Source Médiamétrie - MAJ trimestrielle

CSP	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
CSP+	34,3%	34,8%	33,0%	32,6%	32,0%	32,1%	32,4%	34,4%	31,2%	31,5%
CSP-	31,4%	29,7%	30,3%	31,2%	31,3%	28,8%	30,1%	29,0%	30,3%	29,0%
Retraités	7,6%	8,6%	7,8%	9,0%	8,8%	10,2%	10,2%	11,2%	10,6%	12,1%
Etudiants	15,3%	13,0%	14,6%	14,2%	14,5%	13,8%	13,2%	13,1%	12,5%	13,2%
Autres	11,4%	13,9%	14,4%	13,0%	13,3%	15,1%	14,1%	12,3%	15,3%	14,2%
Région d'habitation	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Région parisienne	22,7%	23,5%	22,0%	23,0%	21,9%	22,7%	21,0%	23,1%	22,0%	20,4%
Nord	6,8%	6,4%	6,6%	6,8%	5,5%	6,7%	6,4%	5,4%	5,9%	5,9%
Est	7,9%	7,8%	8,4%	8,1%	8,6%	6,7%	8,4%	8,5%	8,1%	8,9%
Bassin parisien est	8,6%	8,7%	6,1%	6,7%	7,0%	7,3%	7,4%	7,2%	6,9%	7,9%
Bassin parisien ouest	8,1%	7,4%	7,6%	8,4%	9,5%	8,6%	7,6%	7,9%	9,8%	8,9%
Ouest	11,2%	12,0%	13,5%	12,3%	10,5%	11,7%	13,3%	12,0%	13,3%	12,2%
Sud-ouest	9,6%	9,8%	10,9%	10,3%	11,9%	12,6%	10,3%	10,9%	9,8%	11,2%
Sud-est	12,3%	11,0%	11,2%	11,8%	11,9%	11,2%	12,2%	12,2%	12,0%	11,4%
Méditerranée	12,9%	13,4%	13,8%	12,6%	13,1%	12,5%	13,3%	12,8%	12,2%	13,2%

Base : ensemble des mobinautes DM de 11 ans et plus (n = 31 065)

Source : TSM



Médiamétrie

# Usages mobiles

## Source comScore MAJ trimestrielle

Téléchargements par mobinaute	T3 2012	T4 2012	T1 2013	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	oct-14	janv-15	avr-15	% Vertical
Ont téléchargé au moins 1 app dans le mois	6 934	6 934	7 268	7 665	7 603	7 508	8 081	8 112	8 280	8 352	8 292	
1 app	1 363	1 363	1 518	1 712	1 663	1 657	2 016	2 045	2 316	2 197	2 173	26,2%
2 apps	1 586	1 586	1 731	1 788	1 851	1 894	2 016	2 130	2 173	2 086	2 274	27,4%
3 apps	1 287	1 287	1 201	1 392	1 332	1 394	1 360	1 329	1 410	1 428	1 415	17,1%
4 apps	780	780	850	836	898	777	863	867	950	827	846	10,2%
5 apps	659	659	783	777	753	751	764	769	507	752	661	8,0%
6 apps	322	322	322	284	312	232	313	286	232	323	309	3,7%
7 apps	106	106	120	117	114	100	140	99	100	115	108	1,3%
8 ou plus	832	832	744	760	680	703	609	587	591	624	507	6,1%

comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2015 - France, 13+

# 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)	%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) end décembre 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) en mars 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) en juin 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) en septembre 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) en décembre 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) en mars 2014	31 676	100	430	1,36%	943	2,98%	1 807	5,71%	3 180	10,04%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) en juin 2014	32 463	100	394	1,21%	954	2,94%	1 845	5,68%	3 193	9,84%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) en octobre 2014	33 448	71	402	1,20%	1 002	3,00%	1 920	5,74%	3 325	9,94%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) en janvier 2015	34 437	73	531	1,54%	1 232	3,58%	2 125	6,17%	3 888	11,29%
Ont fait des achats via mobile (hors SMS) en avril 2015	35 307	75	581	1,64%	996	2,82%	1 505	4,26%	3 083	8,73%

comScore MobiLens, moyenne sur 3 mois se terminant en mars 2015 - France, 13+

# Démographie des utilisateurs d'applis et de sites retail

Target Audience Group/Target Audience	Total Unique Visitors (000)						
	Retail						
	Total Mobile*	All Smartphones	iPhone	Android Phone	All Tablets	iPad	Android Tablet
<b>Total Audience</b>	<b>3 746</b>	<b>2 181</b>	<b>959</b>	<b>1 223</b>	<b>1 831</b>	<b>1 081</b>	<b>750</b>
<b>Persons - Age</b>							
Persons: 18-24	552	363	185	178	221	138	83
Persons: 25-34	846	518	253	265	385	231	154
Persons: 35-44	778	459	189	270	376	224	151
Persons: 45-54	645	368	141	227	327	189	137
Persons: 55+	925	473	191	282	523	298	224
<b>Males - Age</b>	<b>1 867</b>	<b>1 101</b>	<b>491</b>	<b>610</b>	<b>902</b>	<b>543</b>	<b>359</b>
Males: 18-24	268	174	88	85	111	71	39
Male: 25-34	413	257	130	127	183	110	72
Male: 35-44	417	246	109	137	202	126	76
Males: 45-54	346	198	71	127	175	106	69
Males: 55+	423	226	92	134	231	129	102
<b>Females - Age</b>	<b>1 879</b>	<b>1 081</b>	<b>468</b>	<b>612</b>	<b>929</b>	<b>538</b>	<b>391</b>
Females: 18-24	284	190	97	93	110	67	44
Female: 25-34	433	261	123	138	202	121	82
Female: 35-44	361	213	80	133	173	98	75
Females: 45-54	299	170	70	100	151	84	68
Females: 55+	502	246	98	148	291	169	122



# Plus d'infos sur le Marketing Mobile ?

[www.mmaf.fr](http://www.mmaf.fr)

[coordination@mmaf.fr](mailto:coordination@mmaf.fr)

En collaboration avec



Coordinateur : Philippe Dumont – **Azetone** – [phildu@azetone.com](mailto:phildu@azetone.com)

Administrateur de la Mobile Marketing Association France,  
en charge de la Commission « Application et Site Mobile »