

COMMUNIQUE DE PRESSE

Services mobiles pratiques, tourisme et transport : de fortes attentes de la part des consommateurs

Paris, le 10 juin 2008 – Selon une étude IPSOS/AFMM, menée au premier trimestre 2008, 69% des mobinautes¹ français sont intéressés par des services mobiles relatifs aux transports et 51% par ceux liés au tourisme. Le média mobile permet aux professionnels de ces secteurs de proposer des solutions innovantes et pertinentes pour répondre à leurs problématiques marketing.

Les services mobiles les plus attendus

69% des mobinautes se déclarent intéressés par des services mobiles relatifs au transport² :

- pour consulter des horaires ou des itinéraires (57%)
- pour consulter l'état du trafic, recevoir des alertes retard (53%)
- pour acheter ou annuler un billet (38%)
- pour confirmer une réservation (37%)

51% des mobinautes sont intéressés par les services mobiles liés au tourisme³ :

- pour consulter des informations sur une destination, lieu, évènement (36%)
- pour recevoir des alertes confirmant une option de réservation, un vol ou un paiement...(34%)
- pour réserver ou pré-réserver un vol ou un séjour (24%)

Les multiples solutions offertes par le multimédia mobile

Les professionnels des secteurs du tourisme et des transports sont nombreux à déjà profiter des solutions offertes par le multimédia mobile : Promovacances.com, Accorhotels.com, Voyages-sncf.com, Velib, RATP etc. En effet, ce nouveau média permet à la fois :

- **de communiquer avec des clients en situation de mobilité** : offrir des informations sur l'accès aux sites touristiques, itinéraires, horaires, délais, promotions etc. Grâce à la géolocalisation, des informations personnalisées en fonction de l'endroit où l'utilisateur se trouve peuvent aussi être envoyées à tout moment.
- **de vendre par le biais d'un canal supplémentaire, accessible à tout moment** : déstocker les nuitées, écouler les early birds, augmenter le taux de transformation des options, vendre des billets... et **à moindre coût** en dématérialisant les actes de gestion grâce au m-paiement. Le m-paiement permet aussi de désengorger les guichets.
- **de satisfaire et fidéliser ses clients** en permettant aux utilisateurs de mieux gérer leur temps de transport (alertes SMS en cas de perturbation...) et en proposant des divertissements pour les trajets.

¹ Les mobinautes sont les personnes qui se connectent à l'Internet depuis leur mobile.

² L'étude IPSOS/AFMM « Services mobiles : usages et attentes des mobinautes » menée par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile) en février 2008.

³ Idem

Essor important du nombre de mobinautes et des usages mobiles en France

31% des moins de 35 ans ont déjà lu ou envoyé un SMS/ MMS pour recevoir un service ou du contenu tels que logo, sonneries, horaires de train, solde bancaire etc.

25% des 15-50 ans se sont connectés à l'Internet mobile au cours des 6 derniers mois.

Les mobinautes sont plutôt des hommes, âgés de moins de 35 ans, davantage CSP+ et inactifs (étudiants), vivant plutôt dans les grandes villes.

Ils se connectent souvent à l'Internet mobile : 56% se connectent au moins 1 fois par semaine à l'Internet mobile, un quart au moins une 1 fois par jour.

Les usages sont démultipliés avec les forfaits illimités d'accès à l'Internet mobile qui connaissent actuellement un grand succès : 50% des mobinautes souscripteurs de tels forfaits se connectent au moins une fois par jour.

Par ailleurs, 76% des mobinautes vont sur l'Internet mobile avec une idée précise de ce qu'ils recherchent.

Plus d'information

http://www.pro.gallery.fr/fr/marketing_mobile/Dossiers_sectoriels/index.jsp

A PROPOS DE L'ETUDE AFMM / IPSOS MEDIA « SERVICES MOBILES : USAGES ET ATTENTES DES MOBINAUTES »

Cette étude menée par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile) en février 2008 vise à mesurer les usages actuels et les attentes en termes de service des mobinautes en France. Elle a été menée via une enquête administrée par téléphone, auprès de clients mobiles de 15 à 50 ans s'étant connectés à l'Internet mobile au cours des 6 derniers mois (soit environ 600 personnes). Elle complétait l'étude « Internet mobile en 2008 : usages et comportements » qui mesurait la pénétration de l'Internet mobile, les usages et les comportements des mobinautes en France, disponible auprès de l'AFMM.

A PROPOS DE L'AFMM (ASSOCIATION FRANÇAISE DU MULTIMEDIA MOBILE)

Créée en 2005, l'AFMM regroupe l'ensemble des acteurs du multimédia mobile en France ; en particulier Auchan Telecom, Bouygues Telecom, Debitel, NRJ Mobile, SFR, Orange France, Virgin Mobile, l'ACSEL (Association pour le Commerce et les Services en Ligne), le GESTE (Groupement des Editeurs de Services en Ligne), des éditeurs de services mobiles et des prestataires techniques ou agences mobiles. Sa mission est de promouvoir et de développer l'usage du multimédia mobile en France, notamment à travers les solutions multi-opérateurs Gallery, SMS+ et Flashcode.

CONTACT PRESSE AFMM (ASSOCIATION FRANÇAISE DU MULTIMEDIA MOBILE)

Samira Fertas – Com & Co

samiraf@com-n-co.com

Tél : 01 43 55 20 61 – 06 20 51 36 13