

Paris, le 21 juin 2010

COMMUNIQUE DE PRESSE

Etude Médiamétrie / AFMM 2010

« Indicateurs clés du multimédia mobile et marketing par SMS »

Depuis 2006, l'Association Française du Multimédia Mobile explore les usages grand public du multimédia mobile auprès des possesseurs de téléphones mobiles français. Cette année, outre les indicateurs clés des usages et comportements de l'Internet mobile et des services SMS, l'AFMM a choisi d'analyser le potentiel du marketing par SMS.

PRÈS D'1 ÉQUIPE MOBILE SUR 2 A DÉJÀ CONSULTÉ UN SITE INTERNET DEPUIS SON MOBILE

2 ans et demi après le lancement de l'iPhone qui marque le début de la démocratisation des terminaux multimédia en France, **21,3% des équipés mobiles possèdent un Smartphone**. Cet équipement du grand public couplé à l'adoption de forfaits Internet mobile illimité (48% des mobinautes* en sont pourvus) a permis une véritable explosion de l'Internet et des applications mobiles.

Aujourd'hui, les équipés mobile sont :

- **48,5% à s'être déjà connectés à Internet depuis leur mobile** (31,8% l'ont fait au cours du dernier mois).
- **13,8% à avoir déjà téléchargé une application** depuis leur mobile (64,7% chez les possesseurs de Smartphone).

Plus de la moitié (55%) de ces mobinautes* se connecte toutes les semaines -un tiers le fait même tous les jours- et **40,8% d'entre eux utilisent le plus souvent un moteur de recherche** pour accéder au site désiré contre 18,2% qui utilise plutôt la saisie d'URL dans un navigateur mobile.

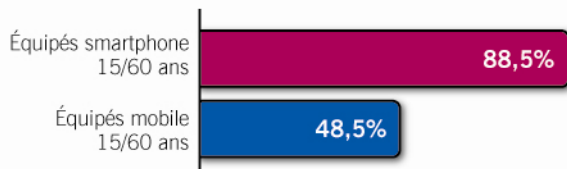
18,9 % des équipés mobile se sont déjà connecté à Internet depuis leur mobile via un réseau wifi et, parmi eux, 67,9% le font toutes les semaines.

**Equipés mobile 15-60 ans ayant déjà consulté un site Internet depuis son mobile*

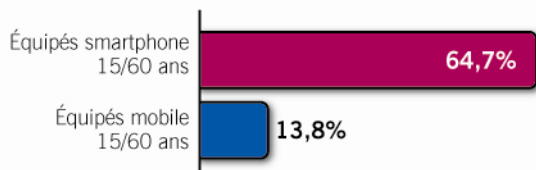
Pénétration de l'Internet mobile et des applications mobiles

Equipés mobile 15/60 ans

Q. Avez-vous déjà consulté des sites Internet depuis votre mobile ?



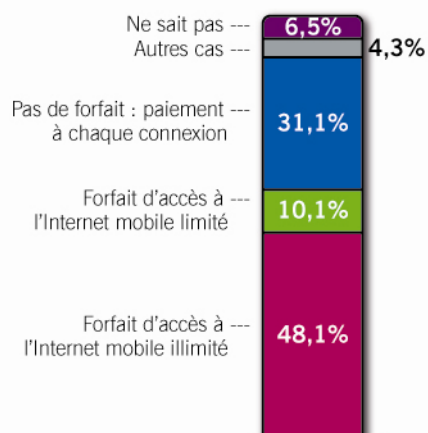
Q. Avez-vous déjà téléchargé une ou plusieurs application(s) à partir d'un store d'applications sur votre mobile ?



Offres souscrites permettant la connexion à l'Internet mobile

Mobinautes 15/60 ans *

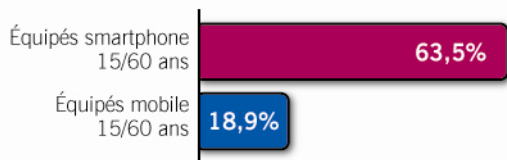
Q. Concernant l'accès à Internet depuis votre mobile, disposez vous...?



Pénétration de l'Internet mobile via wifi

Equipés mobile 15/60 ans

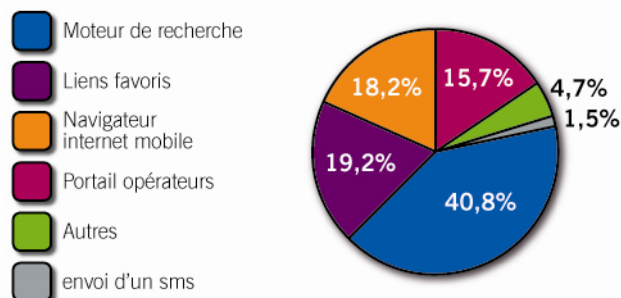
Q. Avez-vous déjà consulté des sites Internet depuis votre téléphone mobile à partir d'un réseau wifi?



Mode d'accès à l'Internet Mobile

Mobinautes 15/60 ans *

Q. Le plus souvent, pour accéder à un site Internet depuis votre mobile, comment procédez-vous?



*Équipés mobile 15/60 ans ayant déjà consulté un site Internet depuis son mobile

Etude client AFMM / Médiamétrie 2010

39% DES ÉQUIPÉS MOBILE ONT DÉJÀ UTILISÉ UN SERVICE SMS+ OU MMS+*



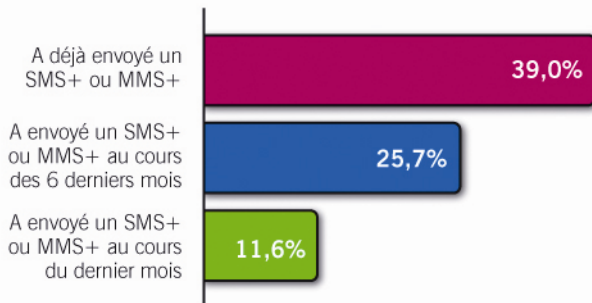
L'appétence pour les sites et applications mobiles, ne vient pas remplacer l'intérêt du grand public pour les services SMS+ qui bénéficient d'une notoriété et d'un engouement élevés. En effet, **66,4% des équipés mobiles connaissent le logo SMS+ et 39% ont déjà utilisé un service SMS+ ou MMS+**. 19,2% d'entre eux utilisent même ces services toutes les semaines.

**SMS+ et MMS+ sont les solutions multi-opérateurs qui permettent aux éditeurs et annonceurs de proposer à leurs clients des contenus et services par SMS ou MMS via un numéro court (5 chiffres) unique quelque soit l'opérateur.*

Pénétration et fréquence des services SMS+ et MMS+

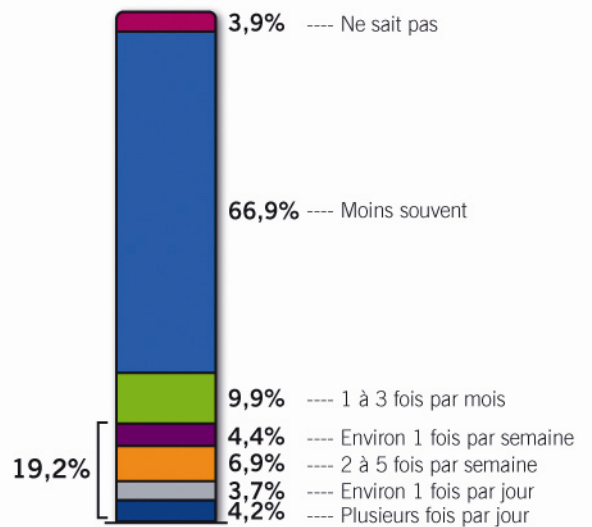
Equipés mobile 15/60 ans

Q. Avez-vous déjà envoyé des SMS ou MMS à une société pour accéder à un service ?



A déjà envoyé un SMS+ ou un MMS+

Q. A quelle fréquence envoyez-vous personnellement des SMS ou MMS à une société pour accéder à un service?



Etude client AFMM / Médiamétrie 2010

POTENTIEL ÉLEVÉ DU MARKETING PAR SMS

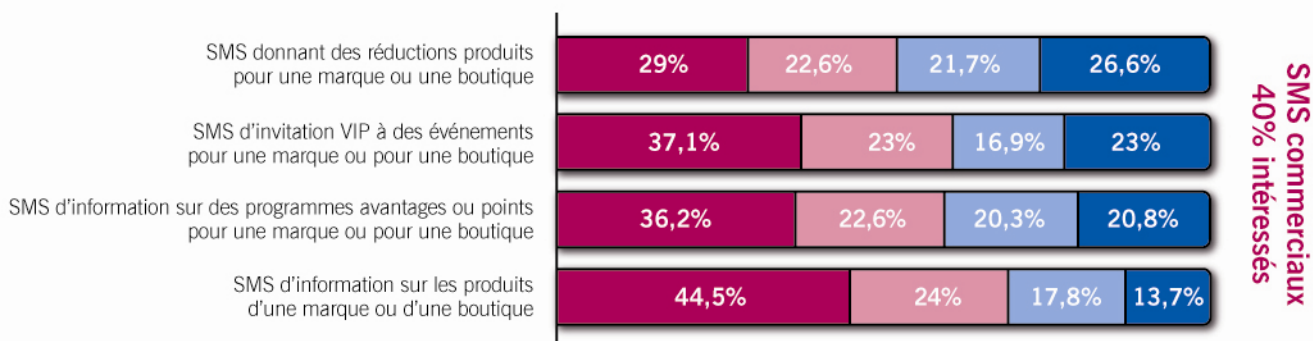
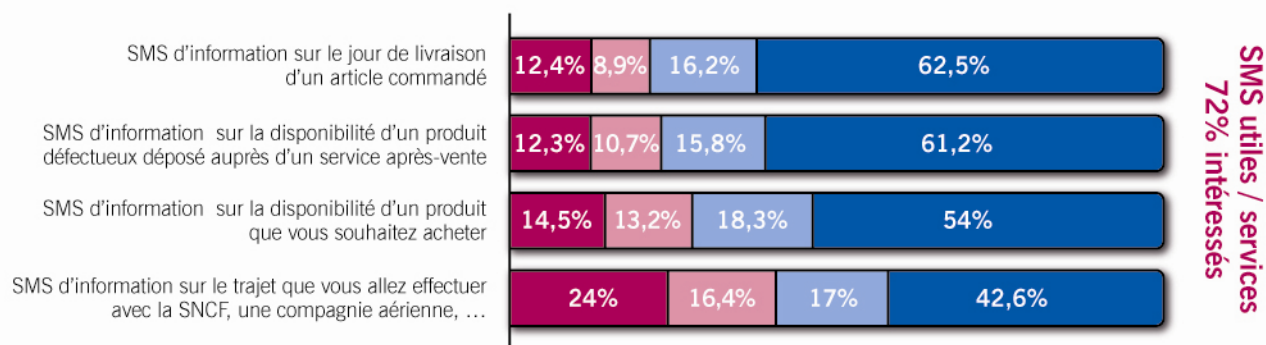
- Forte appétence des équipés mobile pour la réception de SMS pratiques ou d'informations commerciales de la part des entreprises

La très grande majorité des équipés mobile est intéressée par la réception de SMS de la part d'entreprises : 80,7% adhèrent à au moins un service parmi les cas d'usages présentés. **Plus l'information délivrée les implique dans leur quotidien** (jour de livraison d'un article par exemple) ou s'assimile à un service (information pratique concernant un trajet ou un voyage programmé par exemple), **plus l'intérêt est fort**. Au global, 72% des équipés mobiles sont intéressés par ces SMS utiles. Les SMS commerciaux ne sont pas en reste puisque **40% des équipés mobile sont intéressés par la réception de SMS purement commerciaux**.

Intérêt pour la réception de SMS de la part d'entreprises

Equipés mobile 15/60 ans

Q. Quel est votre niveau d'intérêt pour les énoncés suivants :

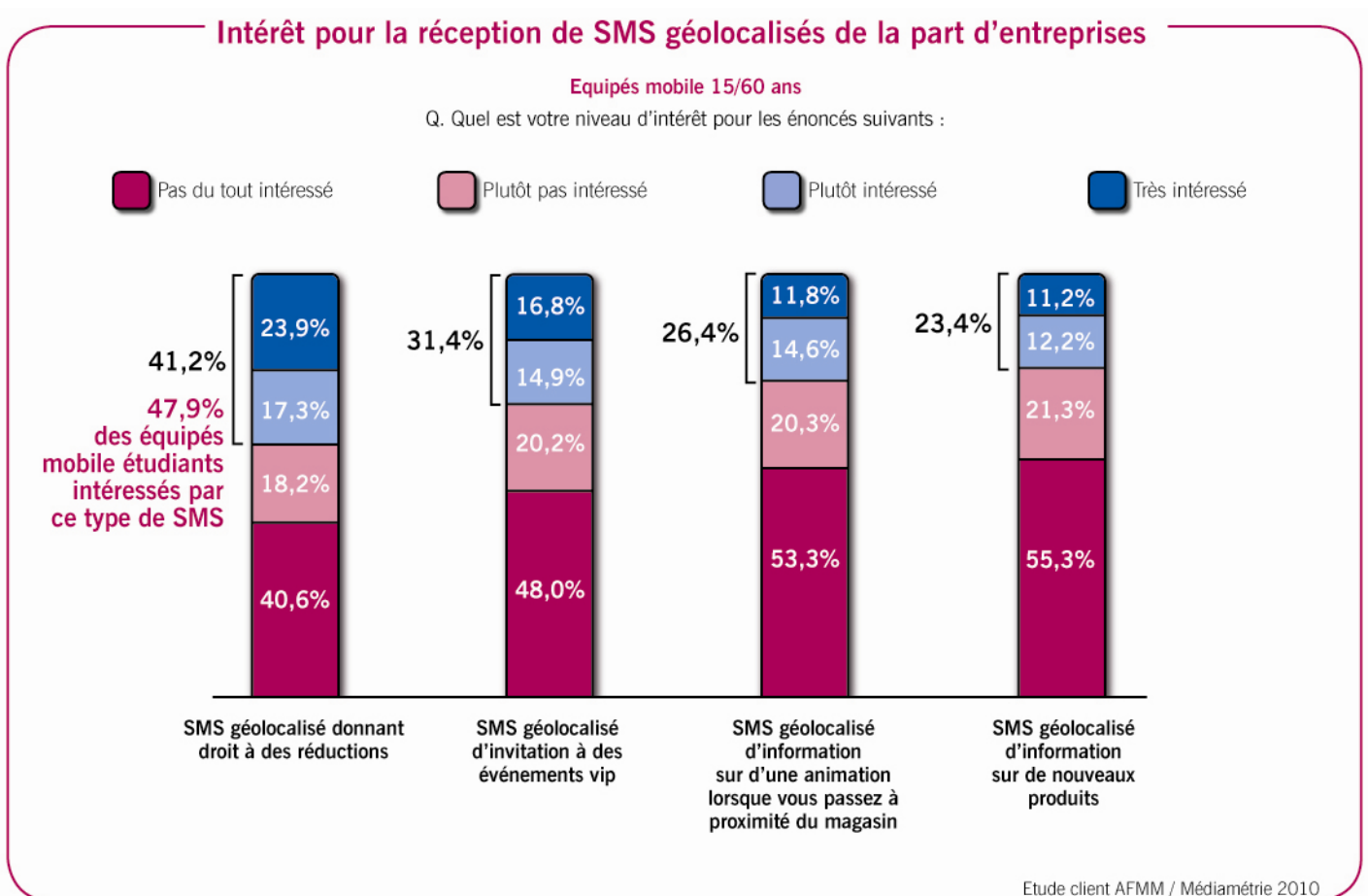


Etude client AFMM / Médiamétrie 2010

- **L'information commerciale plus pertinente lorsqu'elle est géolocalisée**

L'intérêt pour la réception d'informations commerciales par SMS est encore plus important lorsqu'il s'agit de recevoir ces SMS en fonction de l'endroit où l'on se trouve : **46% des équipés mobile se disent intéressés par au moins un type de SMS géolocalisé** (parmi les cas d'usages présentés) vs 40% pour les SMS commerciaux non géolocalisés (cf paragraphe précédent).

L'usage qui intéresse le plus les équipés mobiles (41,2% d'entre eux) est la réception de coupons de réduction par SMS lorsqu'ils passent à proximité d'un magasin. Les étudiants sont même 47,9% à être intéressés par ce type de service.



A PROPOS DE L'ÉTUDE AFMM / MÉDIAMÉTRIE

L'étude AFMM « Indicateurs clés du multimédia mobile et marketing par SMS » a été confiée à Médiamétrie. Le terrain s'est déroulé sur Internet du 6 au 20 avril 2010 auprès d'un échantillon représentatif de 3.000 individus âgés de 15 à 60 ans. Pour être représentative de la population française, l'étude a été redressée a priori et a posteriori selon des quotas issus des études Médiamétrie « Téléphonie et Services Mobiles » et « Observatoire des Usages Internet »

A PROPOS DE L'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile - www.afmm.fr)

Créée en 2005, l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile) regroupe les opérateurs mobiles (Orange France, SFR, Bouygues Telecom, Auchan Telecom, Debitel, NRJ Mobile...), le GESTE (Groupement des Editeurs de Service en Ligne), l'ACSEL (Association pour l'économie numérique), la Mobile Marketing Association France (MMAF), des éditeurs de services mobiles, prestataires et agences de marketing mobile.

L'AFMM a pour mission de Construire, fédérer et promouvoir des écosystèmes multi-opérateurs attractifs, profitables, responsables et ouverts de services mobiles de tiers, dans les domaines du micro-paiement, du marketing et de la publicité mobile

A PROPOS DE MEDIAMÉTRIE

Médiamétrie est l'entreprise de mesure d'audience et d'études des médias pour les acteurs du marché des médias et de la communication. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et numériques à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence pour l'ensemble des acteurs du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2009, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 63,6 M€.

Contact presse

Samira Fertas - Com & Co - Tél : 01 43 55 20 61 / 06 15 41 20 59 - samiraf@com-n-co.com