

Info : Les pays émergents achèteront plus de Hi-Tech en 2010

Info

Posté par : JPilo

Publié le : 14/1/2010 0:00:00

Selon une étude **Accenture**, les consommateurs des **pays émergents sont deux fois plus** enclins que ceux des pays développés à **acheter et utiliser des produits technologiques en 2010** et se montrent davantage prêts à payer plus pour acquérir des produits « verts ».

L'Édition 2010 de l'étude Accenture sur l'utilisation des services et produits électroniques grand public s'appuie sur une enquête menée auprès de 16 000 consommateurs dans quatre pays « matures » (États-Unis, Allemagne, France et Japon) et quatre pays émergents (Chine, Inde, Malaisie et Singapour). L'objectif était d'identifier les dépenses et les modes d'utilisation actuels et futurs de 19 produits électroniques grand public (smartphones, TV HD, ordinateurs*â).



L'étude montre que, par rapport à ceux des pays matures, les consommateurs des pays émergents sont :

• plus de deux fois et demie plus nombreux à envisager d'acquérir un smartphone en 2010 (52 % contre 20 %) ;

• plus de deux fois plus nombreux à avoir acheté un smartphone l'année dernière (67 % contre 32 %) ;

• deux fois plus nombreux à avoir acheté un ordinateur l'année dernière (40 % contre 20 %) ;

• plus de deux fois plus nombreux à avoir joué, ne serait-ce qu'occasionnellement, des jeux vidéo sur des consoles portables (58 % contre 28 %) ;

• près de deux fois plus nombreux à s'être connectés, ne serait-ce qu'occasionnellement, à des réseaux sociaux (69 % contre 38 %) ;

• largement plus disposés à payer plus cher un produit présent comme respectueux de l'environnement (84 % contre 50 %).

« Ces résultats s'expliquent notamment par l'expansion rapide, dans les pays émergents, d'une classe moyenne disposant d'un revenu disponible non négligeable, explique **Jean-Laurent Poitou**, responsable mondial du secteur de l'électronique et des

hautes technologies d'Accenture. En outre, l'étude montre que les applications de réseaux sociaux stimulent la demande pour les appareils mobiles équipés d'une connexion wi-fi, comme les smartphones. Les consommateurs des pays émergents utilisent davantage ces appareils mobiles que les ordinateurs pour accéder aux applications et services Internet à une tendance qui gagne désormais les pays matures. »

[Pour plus d'informations](#) sur l'enquête ou pour obtenir un exemplaire du rapport complet de l'étude Accenture.

* Les participants à l'enquête ont été interrogés sur leur utilisation, passée et future, de 19 technologies différentes : smartphone, téléphone mobile, terminal mobile avec connexion wi-fi, TV HD (plasma ou LCD), ordinateur (de bureau ou portable), appareil photo numérique, caméra numérique, mini-portable, lecteur Blu-Ray, console de jeu, GPS, baladeur numérique, enregistreur numérique pour TV, console de jeu portable, lecteur DVD, TV 3D, e-book, magnétoscope et TV classique.

Méthodologie

L'étude s'appuie sur une enquête en ligne menée auprès d'un panel de 16 000 consommateurs majeurs dans quatre pays matures (États-Unis, Allemagne, France et Japon) et quatre pays émergents (Chine, Inde, Malaisie et Singapour). L'échantillon représentatif de chaque pays a été pondéré en fonction de facteurs démographiques (régions géographiques au sein des pays, âge, sexe). L'objectif était à la fois de faire le point sur les préférences des consommateurs dans le domaine des services et technologies grand public et d'analyser l'évolution des préférences des consommateurs américains au cours des trois dernières années, afin de mieux comprendre les comportements d'achat et d'utilisation des différentes générations face à ces technologies et de mieux connaître les spécificités des différents marchés.