

L'essor des terminaux mobiles

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 29/10/2012 14:00:00

Les terminaux mobiles s'imposent comme un moyen privilégié d'accéder à Internet. Ils sont utilisés chaque jour par plus de deux tiers (69 %) des internautes interrogés par **Accenture** (59 % en France) pour son **Étude Mobile Web Watch 2012**.

Menée auprès de consommateurs en Europe, en Amérique latine et en Afrique du Sud, cette étude indique par ailleurs que les Smartphones sont les terminaux mobiles les plus couramment utilisés pour accéder au Web (par en moyenne 61 % des répondants), suivis des netbooks (37 %) et des tablettes (22 %).

L'étude révèle le que les économies émergentes telles que le Brésil, l'Afrique du Sud et la Russie sont pionnières dans l'adoption des terminaux mobiles (plus de 70 % en moyenne) pour accéder à Internet. En raison de leur coût abordable, les Smartphones sont plus susceptibles que d'autres équipements de servir de passerelles d'accès à Internet sur ces marchés émergents.

Dans les économies matures, l'Internet mobile est également en progression. En Allemagne, l'usage des Smartphones pour accéder à Internet a triplé depuis 2010 (passant de 17 à 51 %). En Suisse, 67 % des personnes interrogées emploient aujourd'hui un téléphone mobile pour aller sur le Web, contre 27 % en 2010. En Autriche, le pourcentage des Mobinautes a doublé en deux ans (de 31 à 62 %). Pour la France - qui n'a pas fait partie du panel de l'étude les années passées - cette proportion est de 53 %.



« La progression de l'Internet mobile, conjuguée à la propension à payer pour des applications mobiles telles que le Cloud ou d'autres services premium, ouvre d'importantes opportunités pour les acteurs des secteurs des télécommunications, des médias et des technologies », commente **Jean-Laurent Poitou**, responsable mondial de la stratégie et du développement des activités d'Accenture dans les secteurs des Télécoms, Média & Technologie. « Pour arriver à saisir les opportunités d'un tel marché de masse, ils devront continuer à faire preuve d'innovation et surtout développer de nouvelles collaborations, entre opérateurs, fabricants et fournisseurs de contenus et d'applications. »

Une croissance alimentée par la disponibilité des applications mobiles

Un écosystème grandissant d'applications mobiles nourrit l'essor rapide de l'Internet mobile, facilitant aux consommateurs d'accéder à des services qu'ils jugent importants. 71 % des mobinautes interrogés ont ainsi téléchargé des programmes ou des applications sur leur mobile. Les applications d'information (horaires de train, météo, actualités)

rencontrent le plus de succÃs, sÃduisant en moyenne prÃs de trois quarts (72 %) des personnes consultÃes, ce chiffre grimpe Ã 79 % en France. Elles sont suivies de prÃs par les applications de loisirs (70 % en moyenne, 73 % en France).

LâÃtude rÃvÃle Ãgalement que les contacts avec dâautres utilisateurs constituent la principale activitÃ des mobinautes. Lâenvoi ou la rÃception dâe-mails via un logiciel installÃ est lâoccupation favorite des consommateurs interrogÃs (70 %). Viennent ensuite la participation Ã des rÃseaux sociaux (62 %) et la messagerie instantanÃe (61 %).

Pour les jeunes, les rÃseaux sociaux et la messagerie instantanÃe sâaffirment comme des outils essentiels de communication. Deux tiers (68 %) des 14-19 ans sâen servent au moins une fois par jour. 16 % de cette tranche dâÃge reprÃsente de Ã« gros utilisateurs Ã communiquant via les rÃseaux sociaux et la messagerie instantanÃe plus de dix fois par jour depuis leur mobile. La proportion des plus de 30 ans utilisant ces services quotidiennement est nettement infÃrieure (de 41 Ã 57 %) et seuls 3 Ã 9 % dâentre eux y recourent intensivement.

Les personnes interrogÃes sur les marchÃs Ãmergents que sont le Mexique et lâAfrique du Sud sont les plus nombreuses Ã utiliser lâe-mail mobile et la messagerie instantanÃe (plus de 80 % dans les deux pays). Parmi lâensemble des sondÃs, 27 % se servent de leur mobile pour accÃder Ã Twitter et Ã des blogs, et prÃs de la moitiÃ (46 %) pour effectuer des opÃrations bancaires.

Potentiel de croissance des services payants

LâÃtude met Ãgalement en lumiÃre le fort potentiel de croissance des services mobiles payants (Cloud, infos, Bourse, jeuxâ). 59 % des rÃpondants Ã cette Ãtude menÃe dans 13 pays sont au courant de lâexistence de services cloud ou de stockage de donnÃes, et 78 % sont disposÃs Ã payer pour des applications cloud. Les consommateurs sont encore plus intÃressÃs par les services premium (Ã 87 %).

Ã« Cette forte demande de services mobiles en matiÃre dâinformation, de loisirs et de rÃseaux sociaux, qui gÃnÃre un trafic vidÃo intense, va nÃcessiter des investissements considÃrables et soutenus dans la modernisation des infrastructures Ã», souligne **Jean-Laurent Poitou**. Ã« Les entreprises doivent se montrer rÃactives, transformer leurs modÃles opÃrationnels et sâappuyer sur les technologies de gestion de la relation client mobiles et via le Cloud pour faire face Ã lâÃvolution des demandes de leur clientÃle. Ã»

Avec le dÃveloppement du marchÃ de lâInternet mobile, la sÃcuritÃ et la confidentialitÃ des donnÃes demeurent des sujets majeurs de prÃoccupation pour 79 % des consommateurs interrogÃs. En outre, 95 % dâentre eux rangent le coÃt des connexions Internet parmi leurs cinq premiers critÃres de choix dâun opÃrateur.

Parmi les autres enseignements de lâÃtude :

â Les consommateurs souhaitent une couverture universelle, la grande majoritÃ dâentre eux (89 %) plaÃant la qualitÃ du rÃseau en tÃte des critÃres pour le choix dâun prestataire de services, talonnÃe par la couverture gÃographique (88 %), le dÃbit de la connexion (85 %) et le coÃt du service (81 %).

â Lâusage des services mobiles est le plus rÃpandu chez les jeunes (82 % chez les 14-19 ans, contre 81 % pour les 20-29 ans, 74 % pour les 30-39 ans, 66 % pour les 40-49 ans et 45 % des utilisateurs ÃgÃs de 50 ans et plus).

â Les mobinautes sont davantage des hommes (73 %) que des femmes (66 %).

La publicité sur mobile est considérée comme une nuisance par 38 % des personnes interrogées, quand il s'agit de bannières, et par 37 % d'entre elles lorsqu'elle prend la forme de textos.

Plus de 90 % des sondés accueillent favorablement les messages d'information sur des offres spéciales, promotions et coupons de réduction, 60 % les trouvant même agréables.

Les participants à l'étude sont plus nombreux à accéder au Web sur un Smartphone pour des raisons personnelles (58 %) que professionnelles (20 %).