

# L'ESSOR DES ACHETEURS MOBILES

Avec l'arrivée des smartphones, les habitudes de recherche et d'achat ont changé, offrant ainsi aux annonceurs de nouvelles opportunités de toucher les consommateurs aux moments importants

Les smartphones deviennent omniprésents

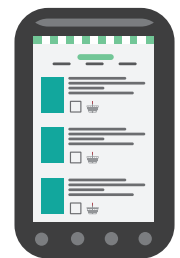
Ils constituent un élément clé des processus de recherche et d'achat



**42%**  
des Français possèdent un smartphone

ET PARMIS EUX

**52%**  
utilisent leur smartphone pour effectuer des recherches



Les consommateurs utilisent leur téléphone pour faire des recherches partout où ils vont



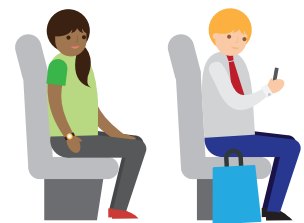
**49%**  
chez eux



**14%**  
en déplacement



**15%**  
dans un magasin



**15%**  
dans les transports en commun

De plus, leurs recherches influencent les achats qu'ils effectuent depuis leur mobile ou ailleurs. Par exemple, après avoir fait des recherches en rapport avec les voyages sur leur smartphone...



**13%**  
achètent depuis leur mobile



**87%**  
achètent depuis un ordinateur, une tablette ou hors connexion



BIENVENUE DANS UN UNIVERS MULTI-ÉCRAN!

Source: Google / TNS Connected Consumer Study 2013  
Source: Google / Ipsos Our Mobile Planet Study 2013  
Source: Google / TNS Mobile Purchase Journey Study 2013

