



Notre planète mobile : Canada

Mieux comprendre les
utilisateurs de mobiles

Mai 2013



Ipsos MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

Sommaire



Les téléphones intelligents font partie intégrante de notre vie quotidienne. La pénétration des téléphones intelligents est aujourd'hui à 56 % de la population canadienne, et les utilisateurs de téléphones intelligents comptent de plus en plus sur eux. Parmi ces utilisateurs, 66 % accèdent à Internet au moyen de leur téléphone au moins une fois par jour, et la plupart ne quittent jamais leur domicile sans leur téléphone. **Conséquence :** Les entreprises qui incluent le mobile comme partie intégrante de leur stratégie bénéficieront des possibilités que représente le nouveau consommateur toujours connecté.



Les téléphones intelligents ont transformé le comportement des consommateurs. On assiste à une explosion des recherches sur mobile, de la consultation de vidéos, de l'utilisation d'applications pour mobiles et de la fréquentation de sites de réseaux sociaux. Les utilisateurs de téléphones intelligents pratiquent le multitâche : 80 % utilisent leur téléphone tout en faisant autre chose (par exemple, 47 % consultent leur téléphone intelligent tout en regardant la télévision). **Conséquence :** La publicité pour mobile et la mise en œuvre de campagnes plurimédias constituent des stratégies particulièrement efficaces pour capter l'attention des consommateurs d'aujourd'hui.



Les téléphones intelligents relient leurs utilisateurs au monde entier. Il est essentiel pour les entreprises locales d'être visibles sur les téléphones intelligents. En effet, 89 % des utilisateurs s'en servent pour rechercher des informations locales. Parmi eux, 88 % effectuent un achat ou prennent contact avec une entreprise à la suite de leur recherche sur mobile. **Conséquence :** Pour permettre au consommateur de communiquer directement avec une entreprise depuis son téléphone intelligent, il est essentiel que des numéros de téléphone apparaissent dans les résultats de recherche sur mobile. Il importe aussi de profiter des services géolocalisés.



Les téléphones intelligents ont transformé les habitudes de consommation. Les téléphones intelligents sont devenus des outils de consommation indispensables : 77 % des utilisateurs ont déjà utilisé leur téléphone pour rechercher un produit ou un service. La recherche sur téléphone intelligent influe sur les décisions d'achat des consommateurs dans les différents canaux. Parmi les utilisateurs, 27 % ont effectué un achat à partir de leur téléphone. **Conséquence :** Pour susciter l'intérêt des consommateurs dans les différents canaux de distribution, il faut créer un site Web optimisé pour les mobiles et développer une stratégie de vente multicanal.



Les téléphones intelligents permettent aux annonceurs d'entrer en contact avec les consommateurs. Les annonces pour mobile sont vues par 87 % des utilisateurs. Le téléphone intelligent est aussi un élément essentiel de la publicité traditionnelle, puisque 51 % des utilisateurs ont effectué une recherche sur mobile après avoir vu une annonce hors ligne. **Conséquence :** Une stratégie de marketing comportant de la publicité pour mobile peut accroître l'intérêt des consommateurs.

Comprendre le consommateur mobile

Ce sondage a pour but de comprendre comment les consommateurs utilisent Internet sur leurs téléphones intelligents

En détail :

- Données et statistiques sur l'utilisation de téléphones intelligents.
- Comportement lié à Internet de façon générale et, plus particulièrement, à la recherche, à la vidéo, aux réseaux sociaux, à la publicité mobile et au commerce mobile sur les téléphones intelligents.
- Cette étude sur le Canada fait partie d'une étude globale sur le téléphone intelligent dans de nombreux pays. Rendez-vous sur thinkwithgoogle.com/mobileplanet pour accéder à d'autres outils et études.



Quelle est l'utilisation des téléphones intelligents dans **la vie quotidienne**?



À quelles activités les consommateurs **associent-ils** leur téléphone intelligent?



Quelles **tâches** les consommateurs effectuent-ils sur leur téléphone intelligent?



Quel est le rôle du téléphone intelligent dans le **processus d'achat**?



Comment le consommateur réagit-il à la **publicité** hors ligne et mobile?

Programme

1 Les téléphones intelligents font partie intégrante de notre vie quotidienne

2 Les téléphones intelligents ont transformé le comportement des consommateurs

3 Les téléphones intelligents relient leurs utilisateurs au monde entier

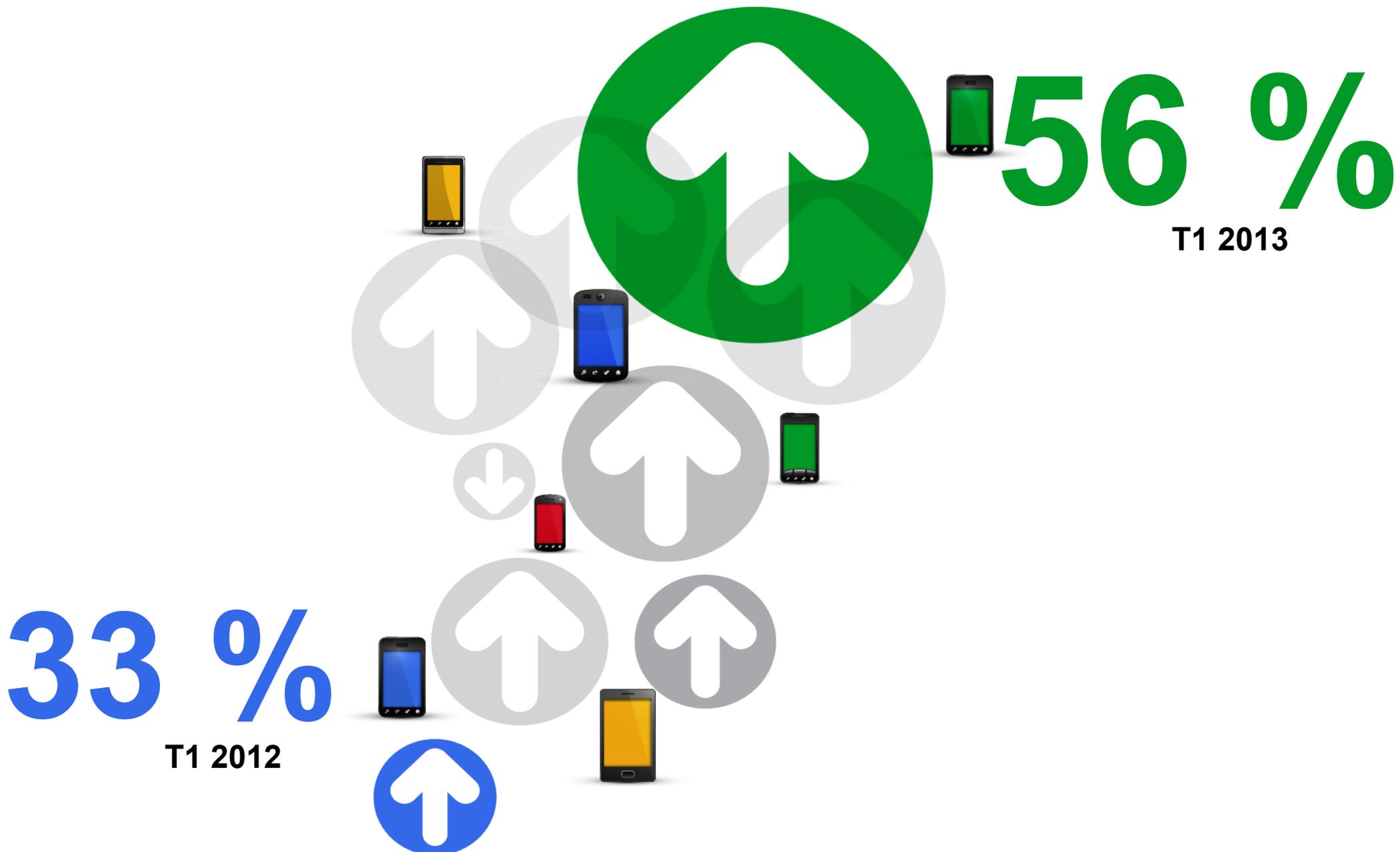
4 Les téléphones intelligents ont transformé les habitudes de consommation

5 Les téléphones intelligents aident les annonceurs à entrer en contact avec les consommateurs

LES TÉLÉPHONES
INTELLIGENTS
FONT PARTIE
INTÉGRANTE DE
NOTRE VIE QUOTIDIENNE



Pénétration du téléphone intelligent au Canada



Le téléphone intelligent occupe une place centrale dans notre quotidien

66 %

ont utilisé leur téléphone intelligent tous les jours au cours des sept derniers jours

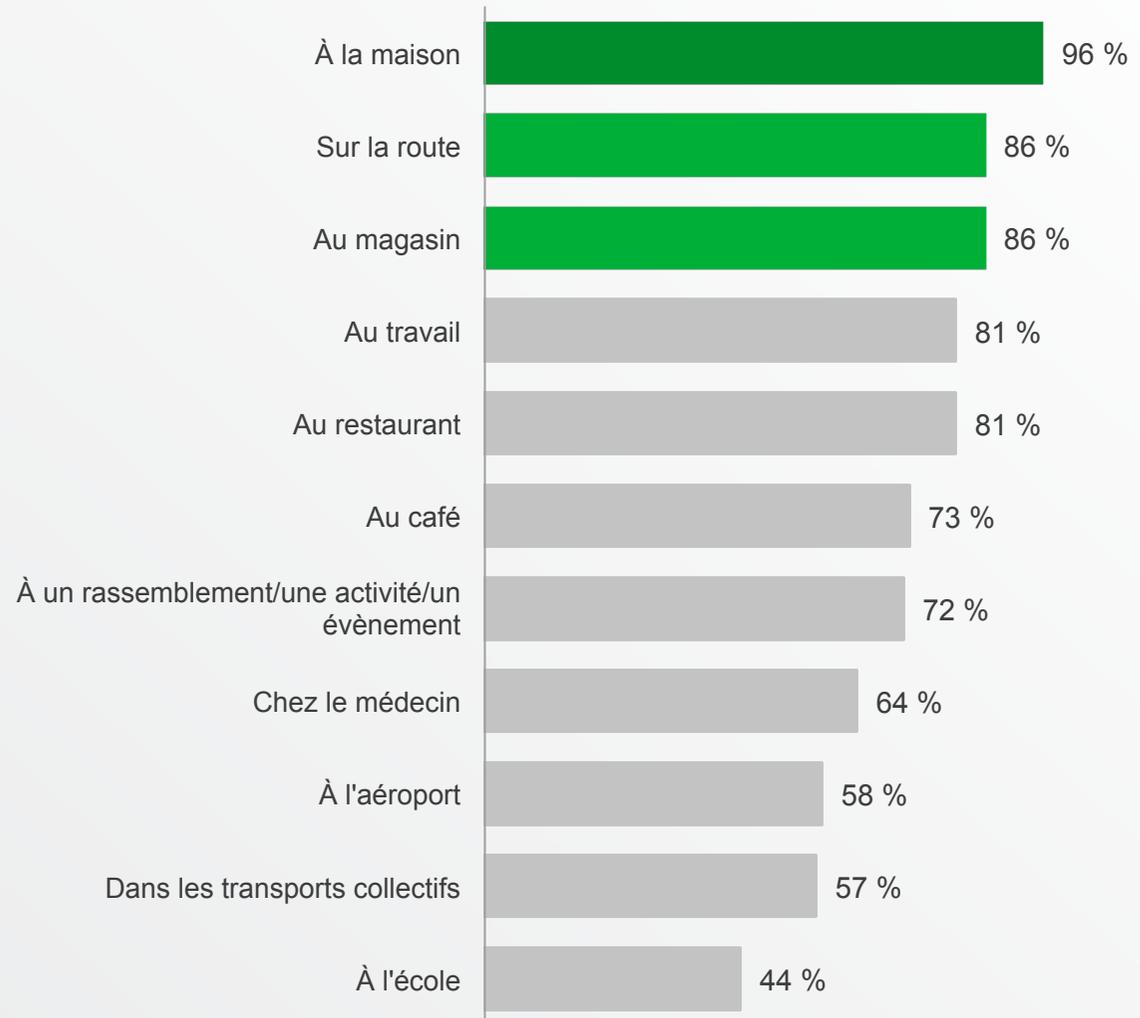
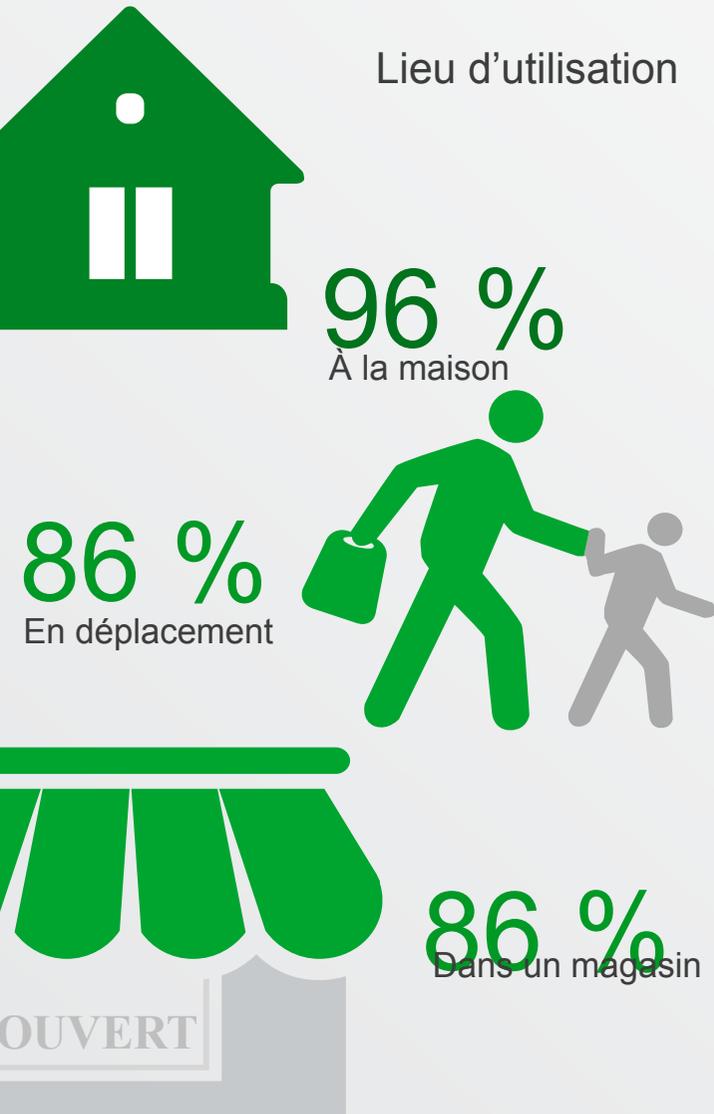
Les téléphones intelligents sont toujours allumés et toujours à portée de la main



79 %

ne sortent jamais sans leur téléphone intelligent

Les téléphones intelligents s'utilisent partout



L'utilisation des téléphone intelligent a augmenté au cours des six derniers mois

32%

ont utilisé davantage leur téléphone intelligent pour consulter Internet au cours des six derniers mois



Les téléphones intelligents sont devenus tellement importants pour les consommateurs que...

35 %
renoncent à la
télévision plutôt qu'à leur
téléphone



Échantillon de 1000 utilisateurs de téléphones intelligents, qui consultent Internet régulièrement à titre privé
Q52 : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacune des déclarations suivantes? (2 premières cases sur une échelle
de 5 – entièrement d'accord – à 1 – pas du tout d'accord) « Je préfère renoncer à ma télévision plutôt qu'à mon téléphone intelligent. »
« Je préfère renoncer à mon ordinateur/ma télévision plutôt qu'à mon téléphone intelligent. »

LES TÉLÉPHONES
INTELLIGENTS ONT
TRANSFORMÉ
**LE COMPORTEMENT DES
CONSOMMATEURS**



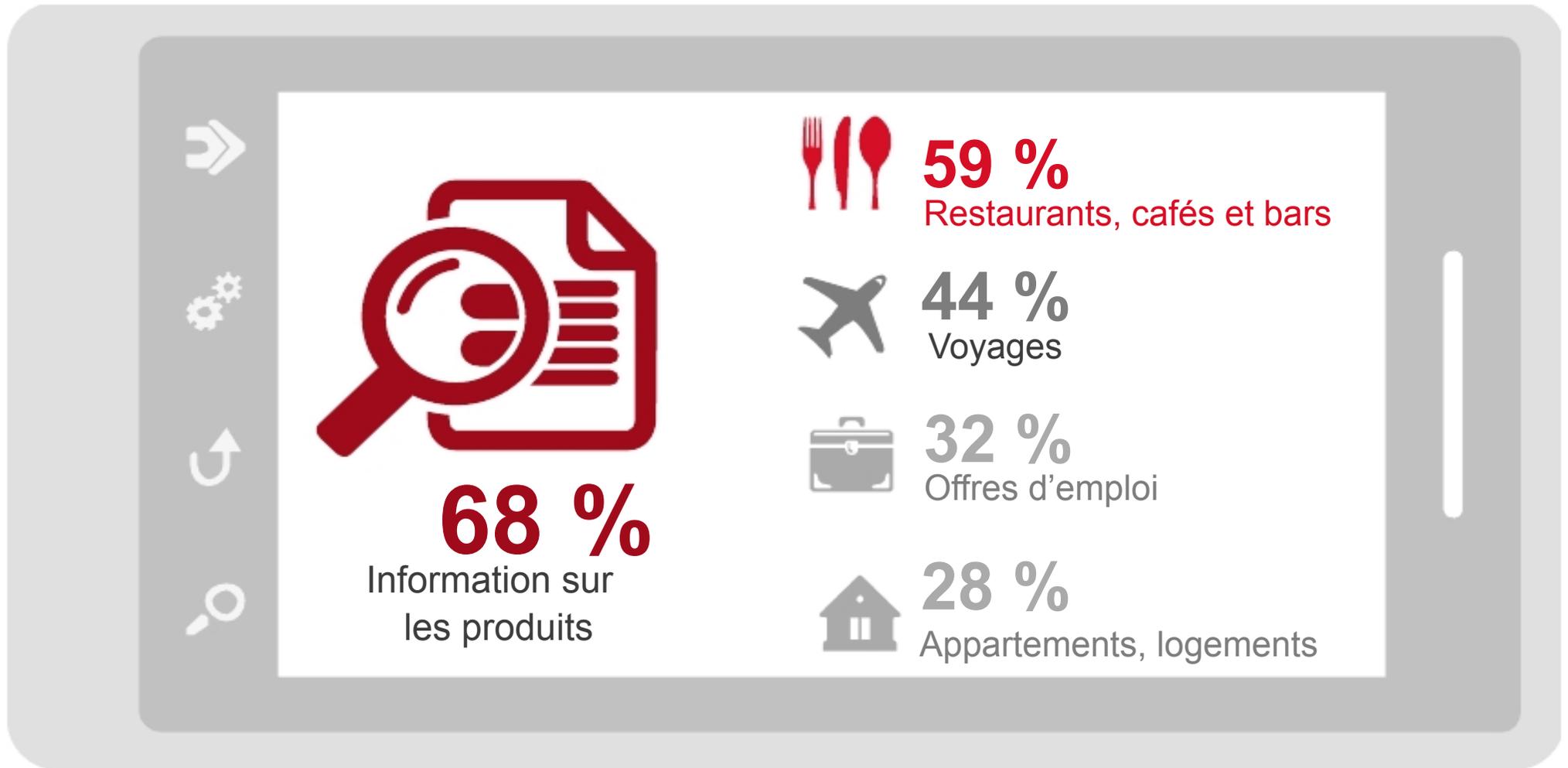
**Les téléphones
intelligents
représentent un
point d'accès
essentiel pour
effectuer des
recherches**



55 %

effectuent des
recherches **tous
les jours**

Les téléphones intelligents nous renseignent dans notre vie quotidienne



Un portail multi-activités



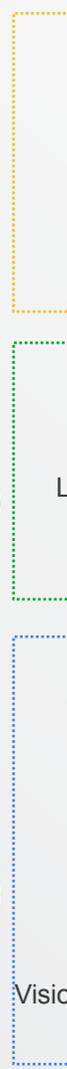
90 %
Communication



66 %
Actualités



90 %
Divertissement



Courriel (envoi ou lecture)

85 %

Accès à un réseau social

72 %

Consultation de sites Web, de blogues ou de babillards électroniques

52 %

Lecture de nouvelles sur le portail Web d'un journal ou d'un magazine

50 %

Navigation Internet

81 %

Jeux

71 %

Écoute de musique

66 %

Visionnement de vidéos sur un site Web de partage de vidéos (p. ex., Youtube.com)

65 %

Les applications sont omniprésentes



30

applications installées en moyenne

12

applications utilisées au cours des 30 derniers jours

8

applications payantes installées en moyenne

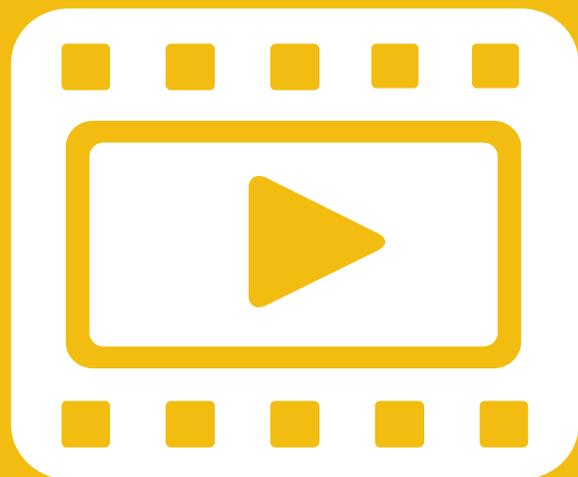
Échantillon de 1 000 utilisateurs de smartphones, qui consultent Internet régulièrement à titre privé. Combien d'applications avez-vous actuellement sur votre smartphone ?

Échantillon de 893 utilisateurs de smartphones, qui consultent Internet régulièrement à titre privé et qui ont au moins une application installée sur leur smartphone

Q25: Parmi les applications que vous avez installées sur votre smartphone, combien en avez-vous utilisé de façon active au cours des 30 derniers jours ?

Q26: Parmi les applications que vous avez installées sur votre smartphone, combien en avez-vous achetées ?

Les utilisateurs de téléphones intelligents sont de grands consommateurs de vidéos



CLIQUEZ POUR REGARDER

75 %

regardent des vidéos

18 %

visualisent des vidéos
au moins une fois par jour

Les utilisateurs de téléphones intelligents sont de grands utilisateurs de réseaux sociaux

78 %

consultent les réseaux sociaux

52 %

y accèdent au moins une fois par jour

Les téléphones intelligents sont utilisés en même temps que d'autres médias



Échantillon de 1000 utilisateurs de téléphones intelligents, qui consultent Internet régulièrement à titre privé et qui étaient en ligne hier avec leur téléphone
Q22 : Lorsque vous consultez Internet sur votre téléphone, lesquelles parmi les activités suivantes vous arrive-t-il d'effectuer en même temps?

LES TÉLÉPHONES
INTELLIGENTS
RELIENT
LEURS UTILISATEURS AU
MONDE ENTIER





89 %
des utilisateurs de
téléphones intelligents
ont recherché des
informations locales

88 %
ont accompli des
démarches à la suite
de leur recherche

Échantillon de 1000 utilisateurs de téléphones intelligents, qui consultent Internet régulièrement à titre privé

Q33 : À quelle fréquence recherchez-vous des informations au sujet d'entreprises ou de services locaux sur votre téléphone?

Échantillon de 893 utilisateurs de téléphones intelligents, qui consultent Internet régulièrement à titre privé et recherchent des informations locales au moins une fois par mois sur leur téléphone

Q34 : Parmi les démarches suivantes, lesquelles avez-vous accomplies après avoir cherché ce type d'information (entreprises ou services locaux)?

Les téléphones intelligents sont fréquemment utilisés pour rechercher des informations locales



57 %

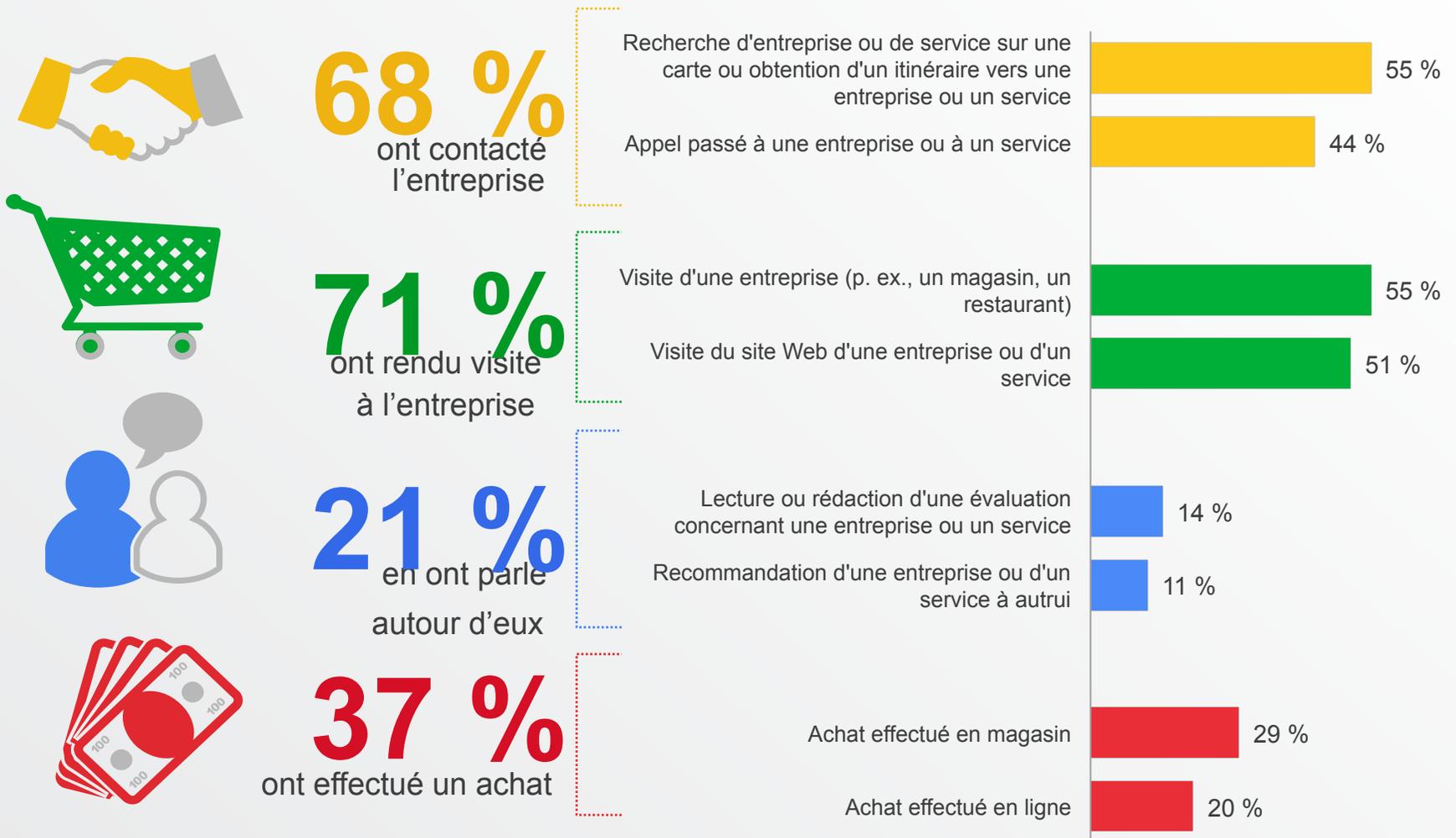
recherchent des informations locales au moins **une fois par semaine**



20 %

recherchent des informations locales **tous les jours**

Les utilisateurs de téléphones intelligents passent à l'action après avoir cherché des informations



LES TÉLÉPHONES
INTELLIGENTS
ONT TRANSFORMÉ LES
HABITUDES DE
CONSOMMATION



Les téléphones intelligents permettent aux utilisateurs de rechercher des produits n'importe quand, n'importe où



Lieu de recherche

54 %

À la maison

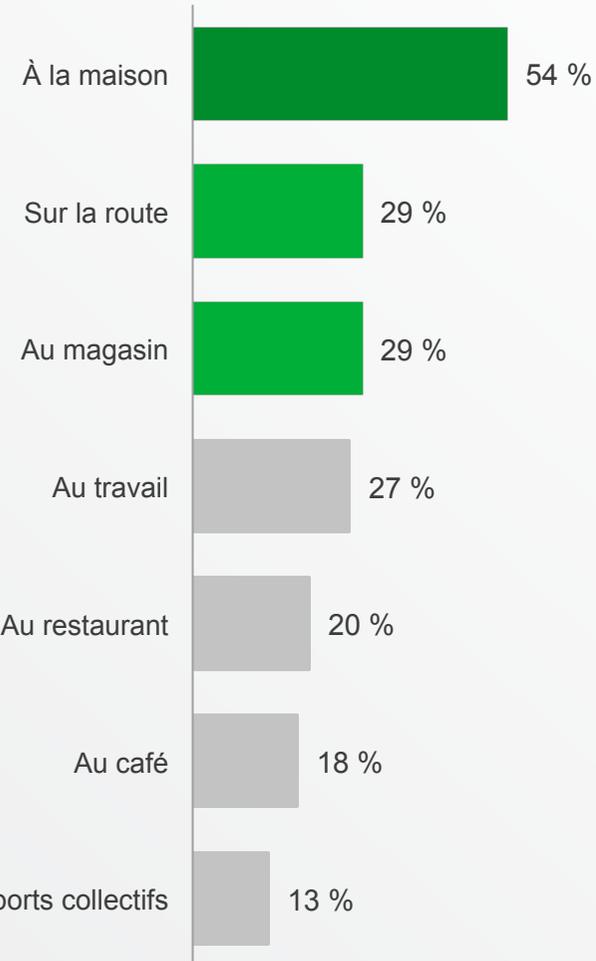


29 %

En déplacement



29 %
Dans un magasin



77%

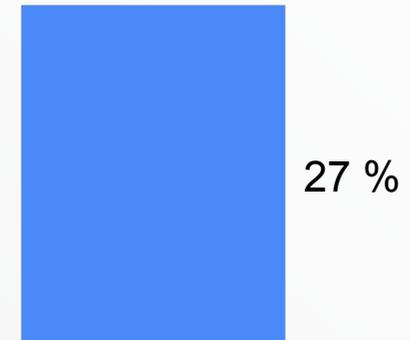
ont recherché un produit ou un service sur leur téléphone



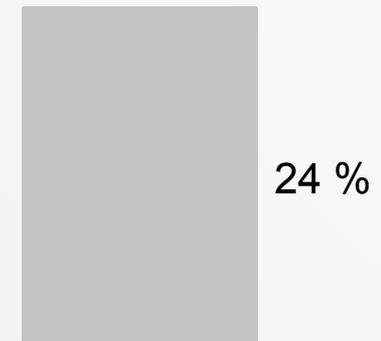
Les téléphones intelligents sont des compagnons d'achat privilégiés



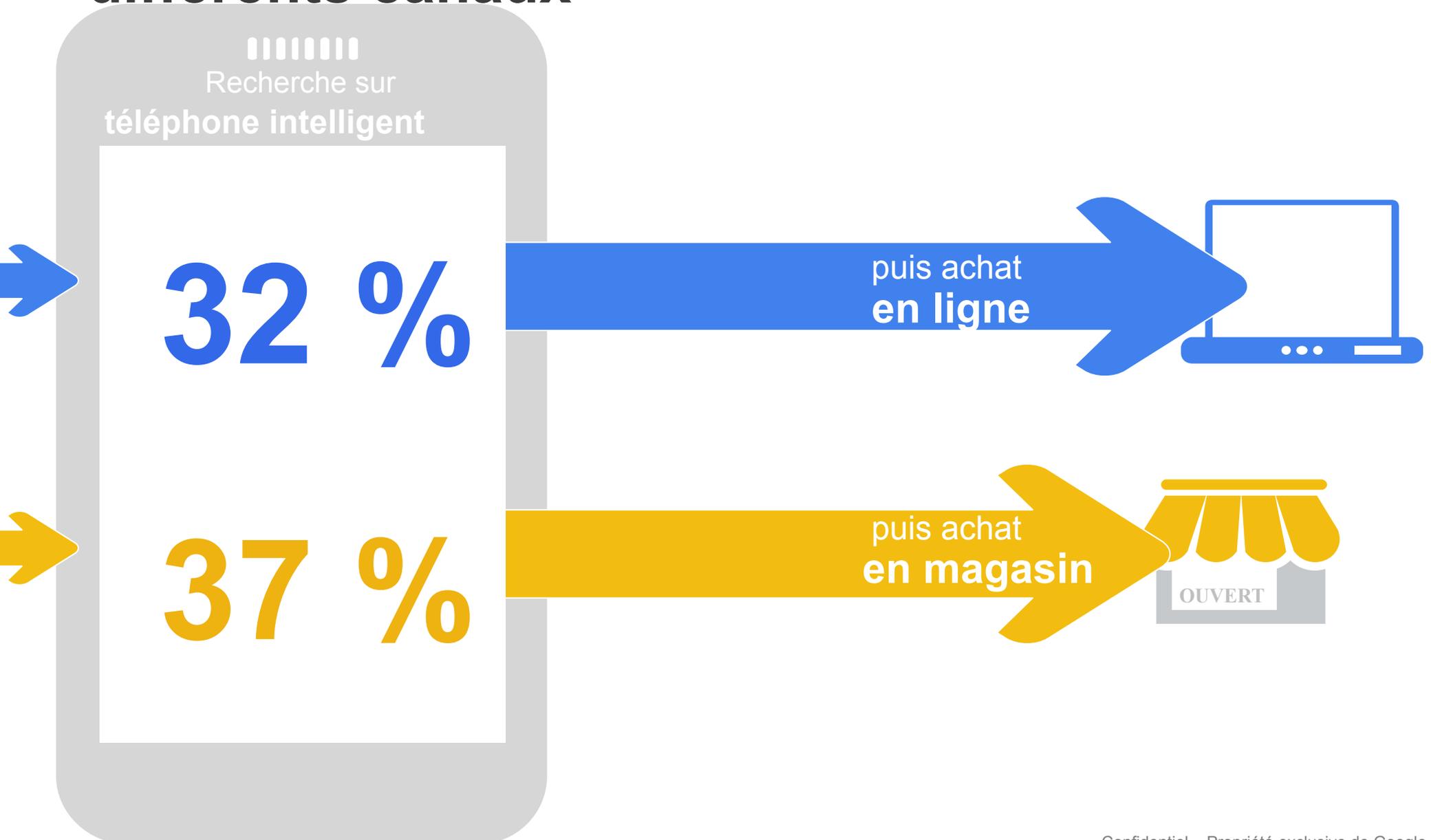
Il m'est arrivé de changer d'avis à propos de l'achat d'un produit ou d'un service en magasin à la suite d'une recherche d'informations sur mon téléphone intelligent.



Il m'est arrivé de changer d'avis à propos de l'achat d'un produit ou d'un service en ligne à la suite d'une recherche d'informations sur mon téléphone intelligent.



Les recherches amorcées sur un téléphone intelligent donnent lieu à des achats dans différents canaux



Le téléphone intelligent est un nouveau point d'achat



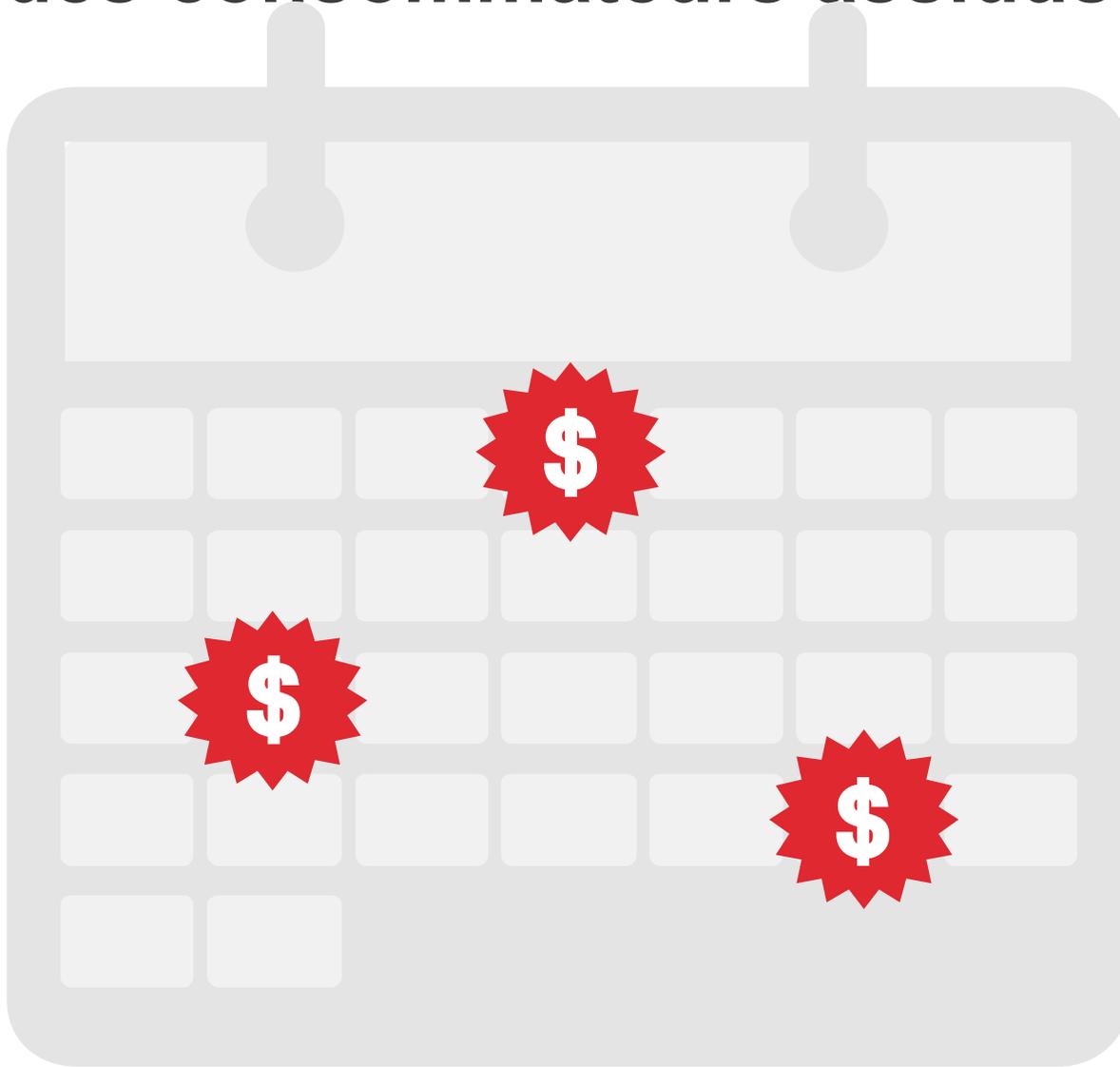
27 %

des utilisateurs de téléphones intelligents ont acheté un produit ou un service depuis leur téléphone

46 %

de ces consommateurs ont effectué un achat depuis leur téléphone au cours du mois dernier

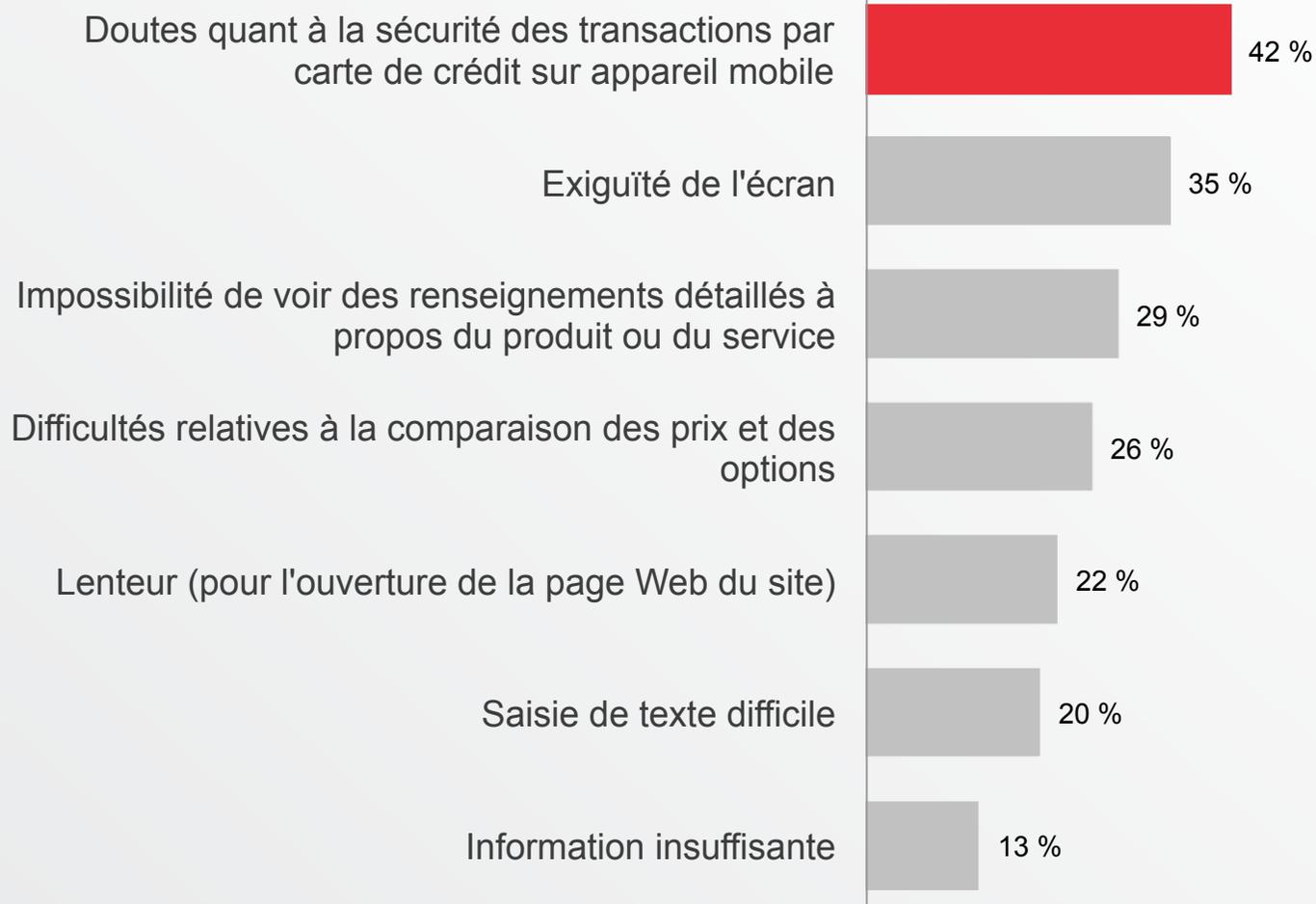
Les acheteurs par téléphone intelligent sont des consommateurs assidus



46 %

effectuent des achats
depuis leur téléphone
au moins une fois par
mois

Les obstacles au commerce sur mobile sont toujours présents



LES TÉLÉPHONES INTELLIGENTS

**aident les annonceurs à
entrer en contact avec les
consommateurs**



Les publicités hors ligne donnent lieu a des recherches sur mobile

Emplacement de la publicité



51 %

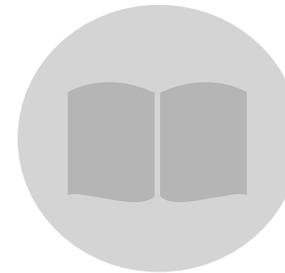
ont effectué une
recherche sur
mobile après avoir
vu une annonce



Télévision
46 %



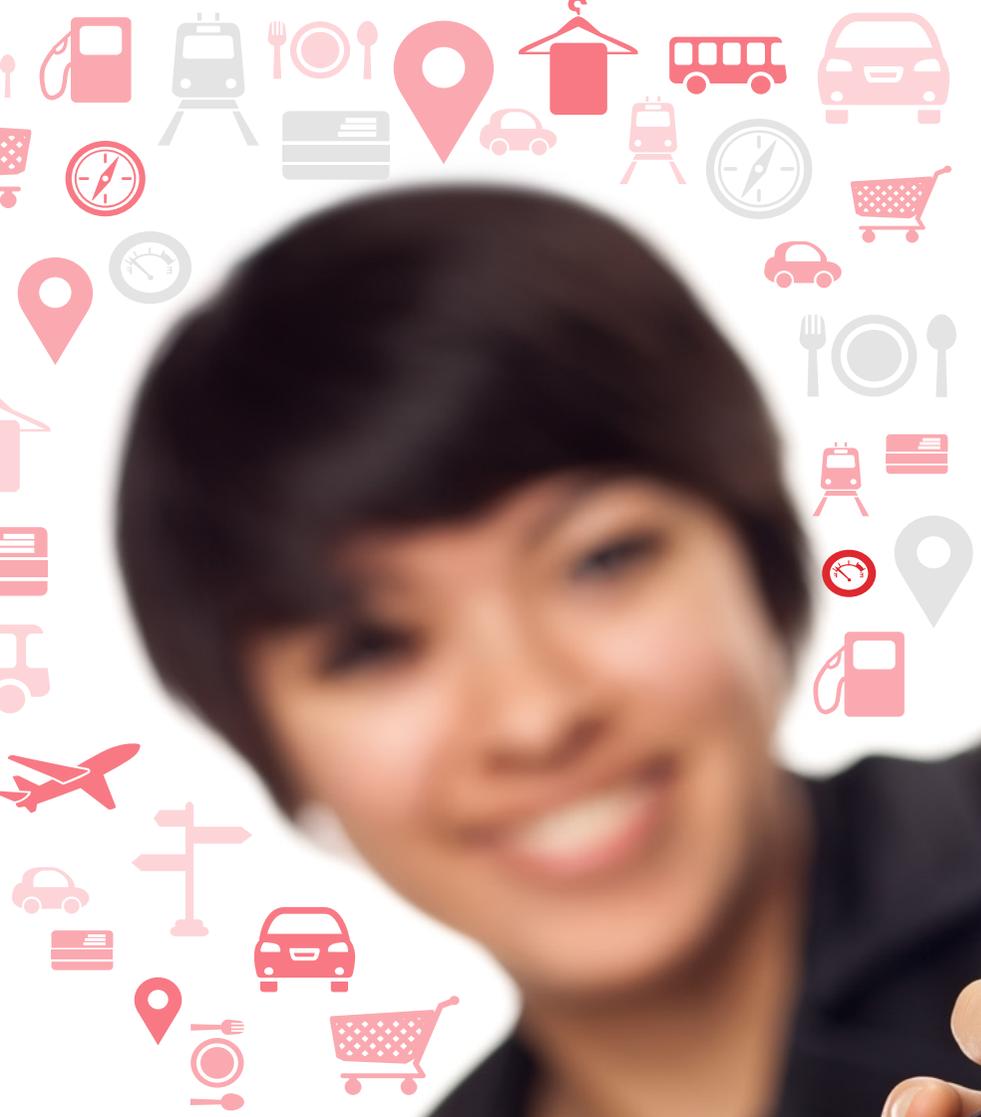
Magasin
42 %



Revue
33 %



Poster/Panneau
publicitaire
29 %



87 %

téléphones intelligents sont
attentifs aux annonces

Échantillon de 1000 utilisateurs de téléphones intelligents, qui consultent Internet régulièrement à titre privé
Q41 : À quelle fréquence remarquez-vous la publicité lorsque vous naviguez sur le Web ou utilisez une application sur votre mobile?

La publicité pour mobile attire l'attention



43 %
lorsqu'ils utilisent
une application

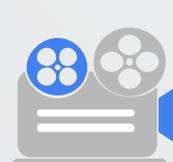
52 %

lorsqu'ils
naviguent
sur un site Web



32 %

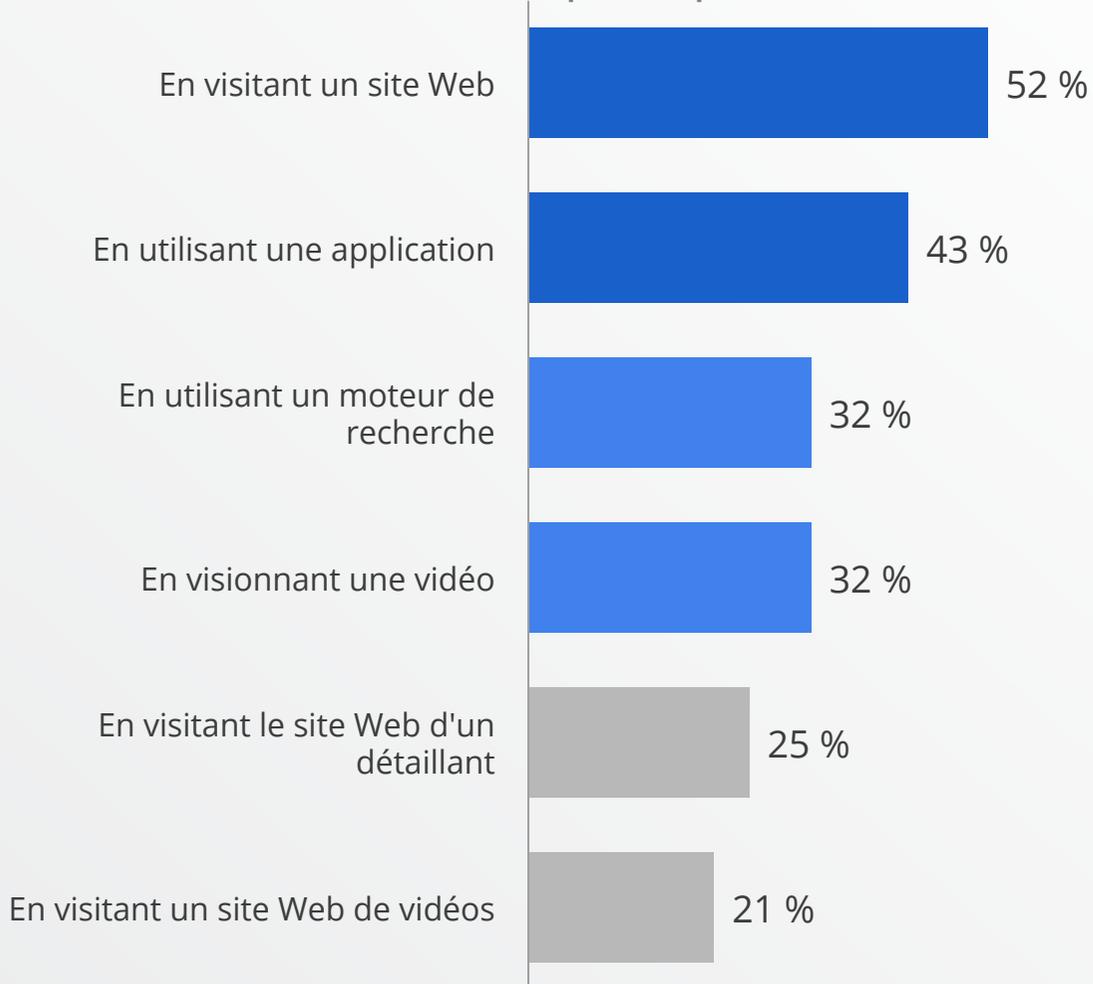
lorsqu'ils utilisent un
moteur de recherche



32 %

lorsqu'ils regardent
une vidéo

Les endroits où l'on remarque la publicité



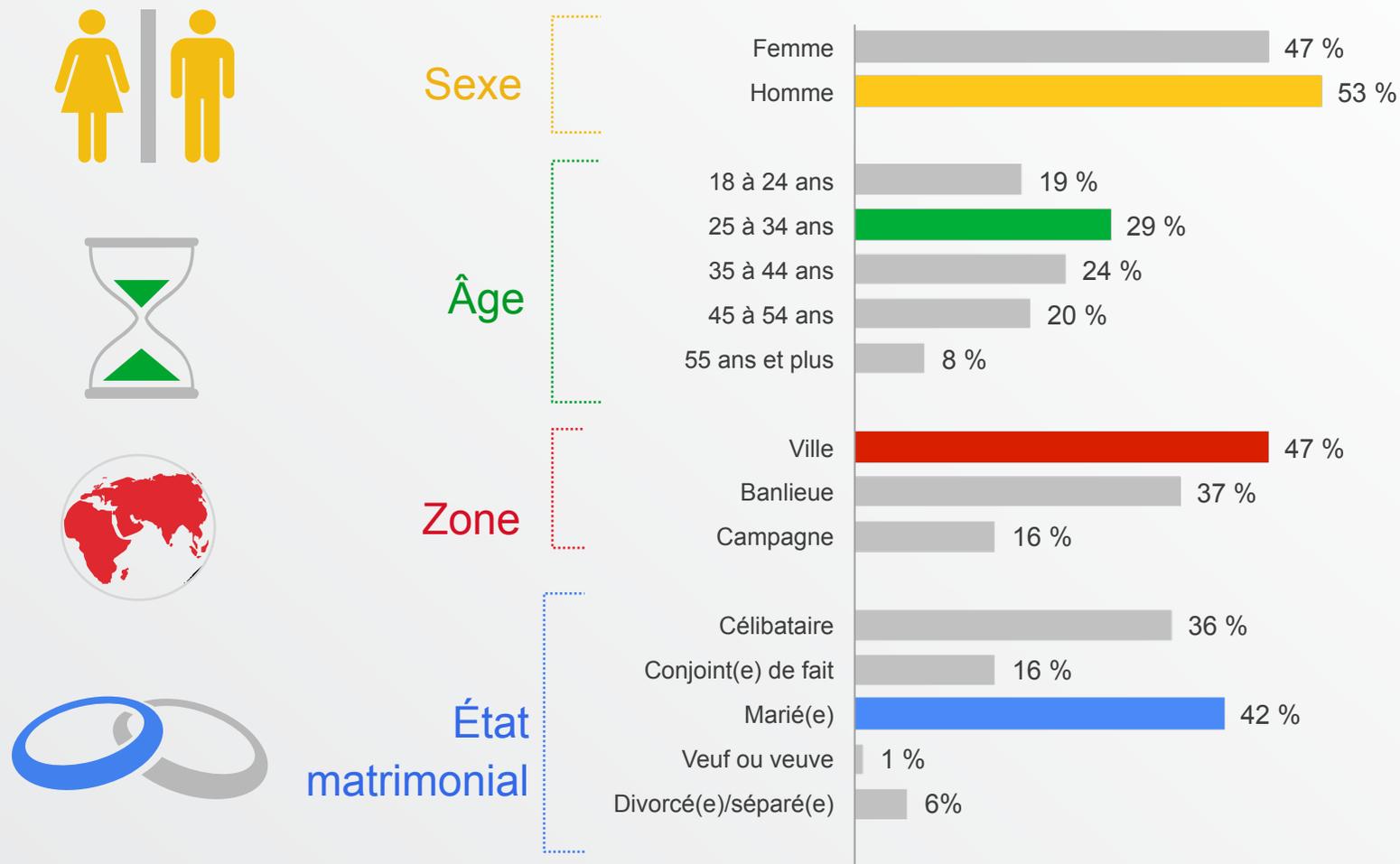
Contexte



Méthodologie de recherche

- En partenariat avec Ipsos Media CT, nous avons interrogé 1 000 adultes canadiens en ligne (entre 18 et 64 ans) qui déclarent utiliser un smartphone pour accéder à Internet.
- La répartition découle d'une étude nationale représentative, et les données ont été pondérées selon l'âge, le sexe, la région, la marque de smartphone, la fréquence d'utilisation d'Internet sur mobile et l'utilisation d'une tablette.
- Le smartphone est défini de la façon suivante : un téléphone mobile offrant des fonctionnalités avancées, le plus souvent similaires à celles d'un ordinateur, ou la possibilité de télécharger des applications.
- Les personnes interrogées ont répondu à diverses questions concernant l'utilisation de leur appareil, la recherche sur mobile, la consultation de vidéos et leurs habitudes en matière de réseaux sociaux, d'utilisation d'Internet, de consommation et de publicité sur mobile.
- Les sondages ont été réalisés au premier trimestre 2013.

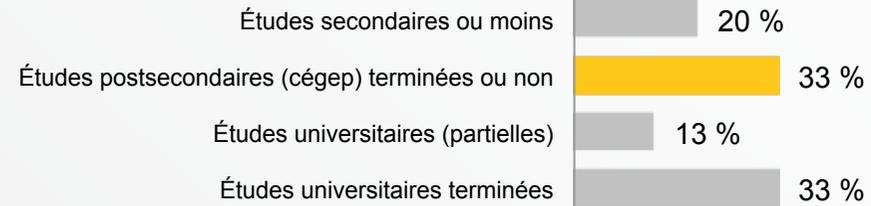
Données démographiques



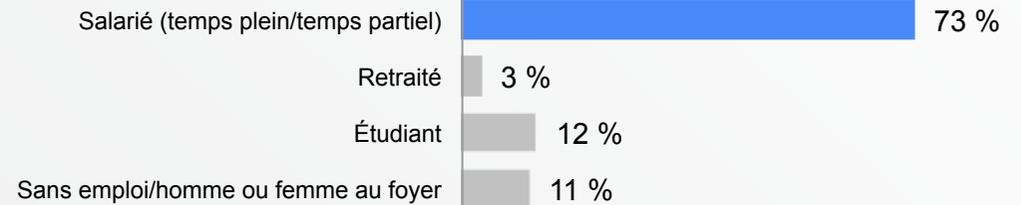
Données démographiques



Études



Situation professionnelle



Revenus

