

**Les Français accros
à l'Internet mobile**



Quatre millions de Français se connectent chaque jour sur un site Internet via leur téléphone mobile. Environ 18 % des Français possèdent désormais un « smartphone ».

MOBILES

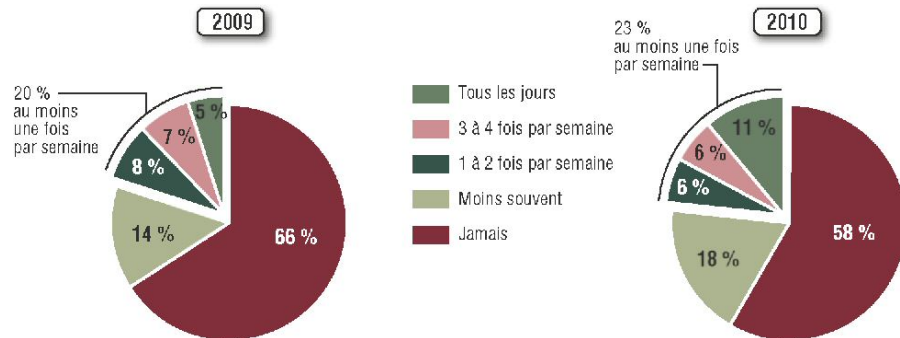
Quatre millions de Français se connectent quotidiennement à un site Internet via leur téléphone mobile. Avec la démocratisation des « smartphones », les opérateurs misent sur la publicité pour doper leurs revenus.

Les Français de plus en plus friands d'Internet mobile

Quatre millions de Français se connectent chaque jour à un site Internet avec leur « smartphone », contre 1,8 million il y a seulement un an. Ce chiffre, impressionnant, est tiré d'un sondage effectué en mars dernier par l'agence de conseils dans les médias, GroupM, et SFR Régie, la régie publicitaire de l'opérateur mobile. Accéder quotidiennement à Internet via son mobile est devenu la troisième utilisation du téléphone après passer des appels et envoyer des SMS. Dans l'Hexagone, ce sont désormais 42 % des Français qui ont un abonnement mobile leur permettant de se connecter à Internet. Mais seulement 18 % des Français ayant un téléphone mobile possèdent un « smartphone », c'est-à-dire un téléphone pouvant se connecter à Internet en 3G, ayant une fonction de géolocalisation et permettant de télécharger des applications.

Les opérateurs mobiles et les fabricants font tout leur possible pour faire grimper ce pourcentage. Hier, Orange a annoncé qu'il lançait une gamme de « smartphones » équipés d'Android, le système de Google. Les modèles de Sony Ericsson, LG, HTC ou encore Samsung seront vendus à moins de 49 euros. Bonygues Telecom met, lui aussi, les « smartphones » Android en avant. D'abord parce que les abonnements liés aux

Fréquence de connexion à un site Internet mobile via un « smartphone »



« Les Echos » / Source : Observatoire de l'Internet mobile

« smartphones » et permettant d'accéder à Internet sont vendus plus cher que les autres. Mais pas seulement. Les détenteurs d'un « smartphone » peuvent télécharger des applications, dont une partie est payante. Et, en se connectant à Internet régulièrement, ils font espérer aux opérateurs des revenus publicitaires. « Cela fait trois ans qu'on attend le décollage de ce marché, mais aujourd'hui, tout est là : les réseaux, les « smartphones » et les abonnements », veut croire Patricia Lévy, directrice générale de SFR Régie. En moyenne, le détenteur d'un « smartphone » surfe sur 4,5 sites différents chaque semaine. Il possède 15 applications, dont

seulement 2 sont payantes. Et il utilise 3,6 applications chaque jour, celle du réseau social Facebook arrivant largement en tête. Enfin, 55 % des Français ayant un « smartphone » utilisent régulièrement un service de géolocalisation.

« Le média du dernier mètre »
« Le mobile est le média du dernier mètre », explique Patricia Lévy, qui croit beaucoup en la publicité géolocalisée. Un abonné qui aurait explicitement accepté de recevoir des offres commerciales dans des domaines précis pourrait recevoir un SMS lui indiquant qu'il peut bénéficier d'une promotion sur telle marque dès qu'il passe près d'un

magasin de la marque en question. Mais d'autres formats de publicité sur mobile sont possibles, et ne sont pas toujours liés au GPS. Ainsi, pour le lancement de son parfum Idylle, Guerlain a lancé auprès de 50.000 clientes de SFR âgées de vingt-cinq à trente-quatre ans et ayant un iPhone une campagne sous forme de SMS, ainsi que de bannières plus classiques sur le portail de l'opérateur. Pour les dirigeants de GroupM, qui conseillent les annonceurs sur leur stratégie dans le mobile, « les schémas de campagne restent à inventer ».

G. DE C.

➔ L'étude complète sur lesechos.fr/document