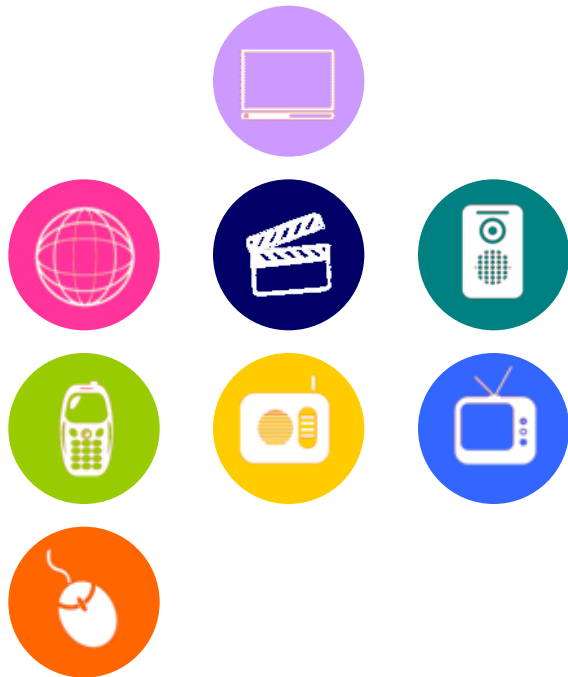
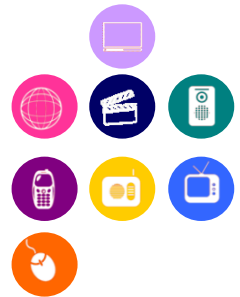


Les nouveaux usages de la mobilité : les tablettes

5 avril 2012





Des internautes, des mobinautes et désormais des « tablonautes »



39,9
millions

d'internautes

+ 5% en 1 an



19
millions

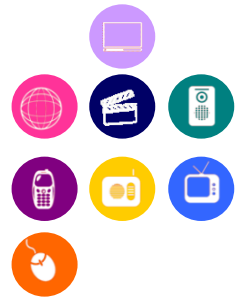
de mobinautes

+ 23% en 1 an



1,7
millions

d'utilisateurs
principaux de
tablette



La 1^{ère} mesure automatique et en continu des usages sur iPad

Mesurer l'**usage** des possesseurs d'iPad de manière **automatique** et **trimestrielle** :

CONSULTATION
DE SITES



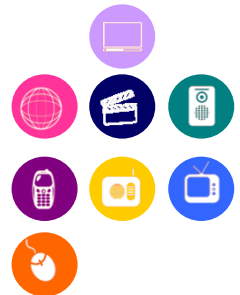
UTILISATION
D'APPLICATIONS



CONSOMMATION DE VIDÉOS
DANS LES APPLICATIONS



13 959 brands mesurées au 4^{ème} trimestre 2011



Cibles	Actifs (000)	Composition Audience	Pages Vues (000)	Composition
Ensemble	20 390	100,0	11 232 586	
sexe : Hommes	11 596	56,9	6 755 422	
sexe : Femmes	8 794	43,1	4 477 164	
Age : 18-24 ans	3 960	19,4	2 773 619	
Age : 25-34 ans	5 355	26,3	3 584 761	
Age : 35-49 ans	4 856	23,8	2 963 048	
Age : 50-64 ans	3 263	16,0	868 472	
Age : 65 ans et plus	922	4,5	164 105	1,5
Age : 15-24 ans	5 670	27,8	3 498 750	
Age : 25-49 ans	10 210	50,1	6 547 809	
Age : 15 ans et plus	20 065	98,4	11 079 137	
Age : 18 ans et plus	18 355	90,0	10 354 005	
Age : 50 ans et plus	4 185	20,5	1 032 577	
Sexe * Age : Hommes 18-24 ans	1 829	9,0	1 622 000	
Sexe * Age : Hommes 25-34 ans	2 883	14,1	2 028 801	
Sexe * Age : Hommes 35-49 ans	3 025	14,8	2 051 407	
Sexe * Age : Hommes 50-64 ans	2 013	9,9	587 469	
Sexe * Age : Hommes 65 ans et plus	725	3,6	141 758	
Sexe * Age : Femmes 18-24 ans	2 131	10,5	1 152 547	10
Sexe * Age : Femmes 25-34 ans	2 472	12,1	1 555 960	1
Sexe * Age : Femmes 35-49 ans	1 831	9,0	911 641	
Sexe * Age : Femmes 50-64 ans	1 250	6,1	281 003	
Sexe * Age : Hommes 15-24 ans	2 861	14,0	1 942 043	
Sexe * Age : Femmes 15-24 ans	2 809	13,8	1 556 707	
Sexe * Age : Hommes 25-49 ans	5 908	29,0	4 080 208	

164

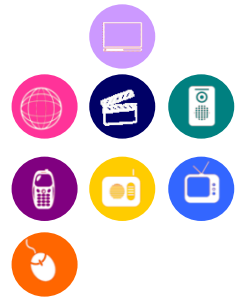
applications prises en compte spécifiques iPad

139

applications compatibles iPhone & iPad

303

applications prises en compte



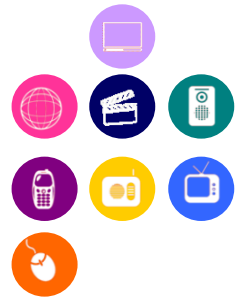
Le Panel tablettes en 2012

1 000 panélistes utilisateurs principaux de l'iPad
représentatifs de la population de référence

Résultats tests
sur les données
du **4^{ème} trimestre**
2011
(février)

Publication
officielle des
résultats du
1^{er} trimestre
2012
(début mai)

Intégration
du **streaming**
avec les résultats
2^{ème} trimestre
2012
(début août)



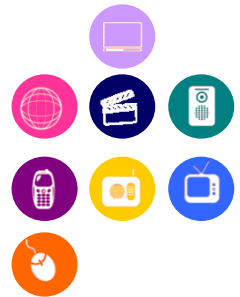
Profil type de l'utilisateur iPad

68% d'hommes

59% d'urbains (commune de +100 000 habitants)

53% de CSP+

33% âgés entre 35 et 49 ans



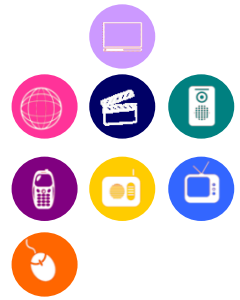
L'iPad : acheté où et quand ?

- | | | |
|---|-------------------------------------|-----|
| 1 | Apple Store | 30% |
| 2 | Magasin spécialisé (Fnac, Darty...) | 28% |
| 3 | Reçu en cadeau | 20% |



79% Il y a moins d'1 an

21% Il y a plus d'1 an



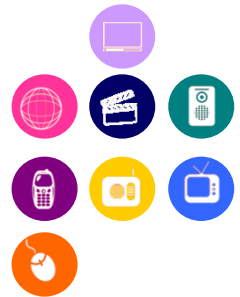
L'iPad : avec qui ?

Nombre d'utilisateurs dans le foyer

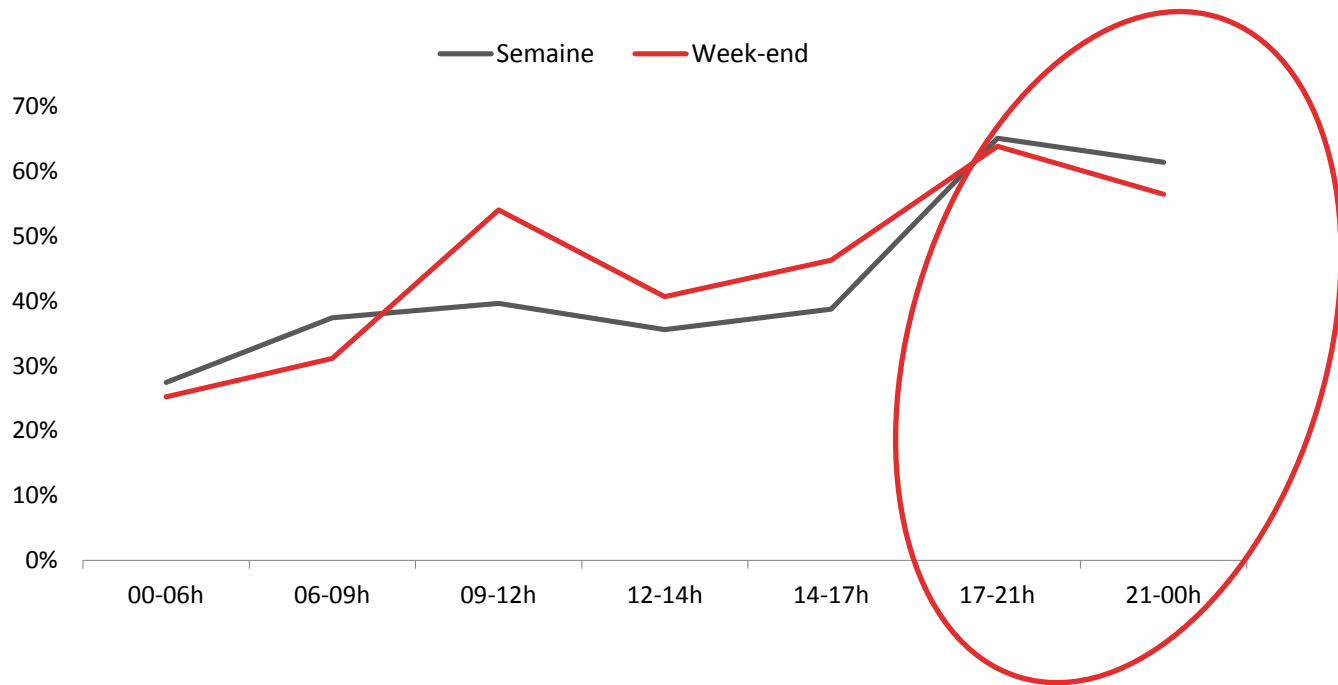
 43%

 33%

 et + 24%

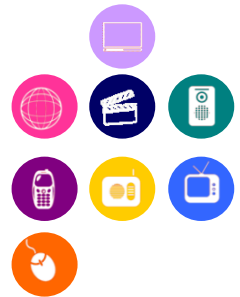


Journée-type de l'utilisation de l'iPad : surtout en soirée !

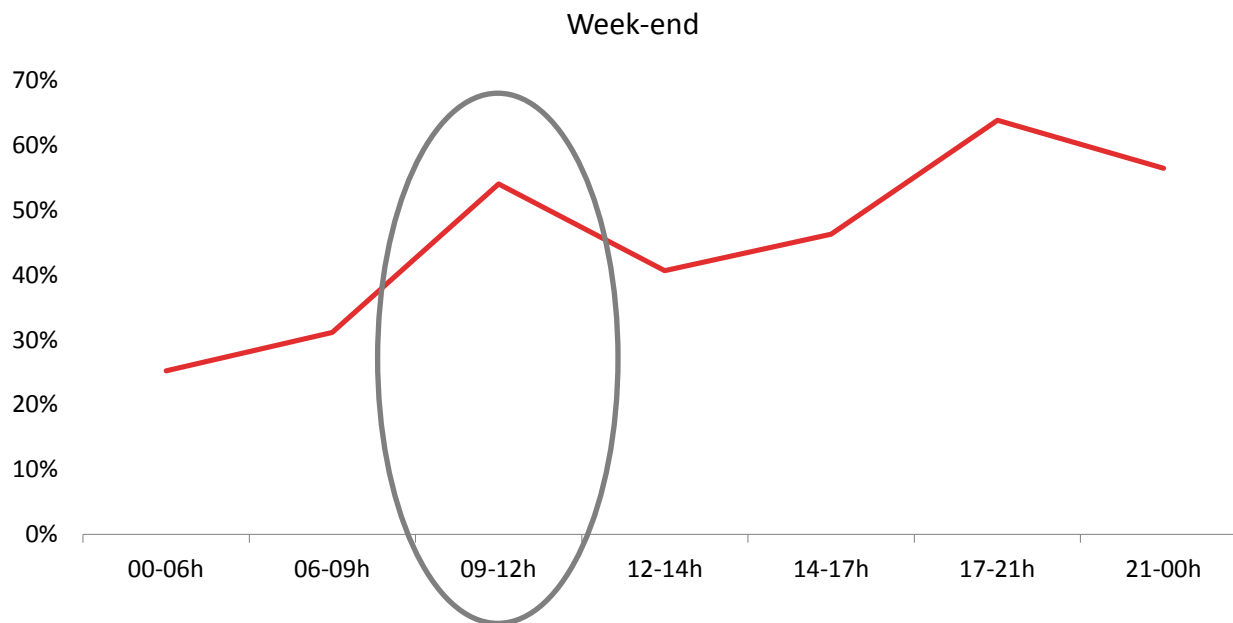


Sur un jour moyen,

65% des utilisateurs iPad se connectent à leur tablette en début de soirée, entre 17h et 21h

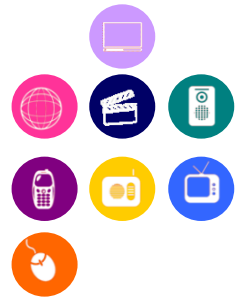


Le week-end : pic d'activité aussi le matin, au petit-déjeuner !



Sur un jour moyen le week-end,

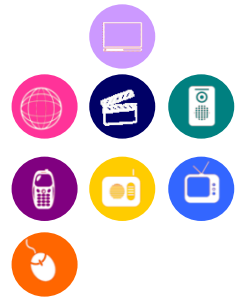
54% des utilisateurs iPad se connectent à leur tablette le matin, entre 9h et 12h



Par trimestre, l'iPad c'est...

98% des iPaders qui ont visité au moins un site internet

91% des mobinautes qui ont visité au moins un site internet

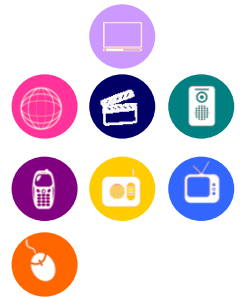


Par trimestre, l'iPad c'est...

4 331 pages vues par visiteur
sur les sites sur iPad



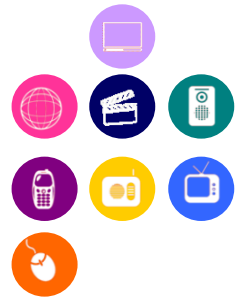
1 248 pages vues par visiteur
sur les sites sur mobile



Par trimestre, l'iPad c'est...

96% des iPaders qui ont visité au moins une application connectée

61% des mobinautes qui ont visité au moins une application



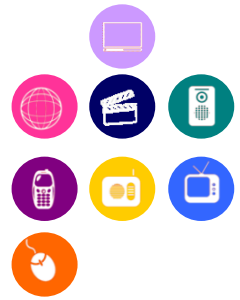
Par trimestre, l'iPad c'est...



191 sessions par visiteur sur les applications sur iPad

201 sessions par visiteur sur les applications sur mobile

A chaque écran ses usages



Top des catégories consultées



Merci de votre attention

Laurent Battais

Directeur Exécutif Performances et Cross-Médias
lbattais@mediametrie.fr



mediametrie