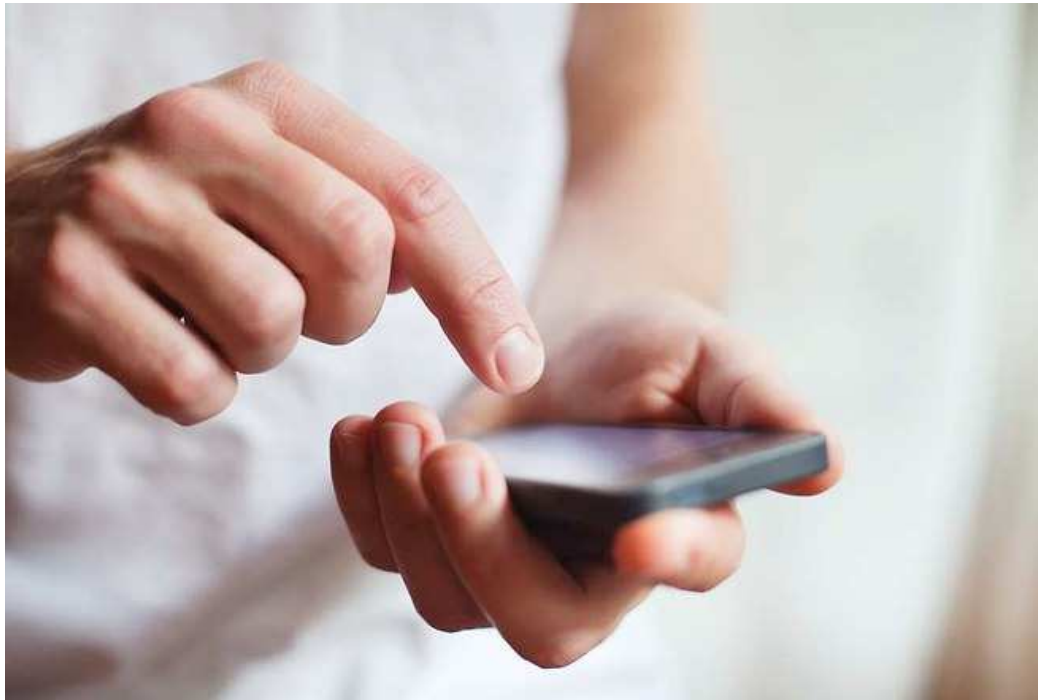


# 6 Français sur 10 consultent leur smartphone dans l'heure qui suit leur réveil

LES ECHOS | LE 30/09 À 17:32



*Les Français utilisent leurs smartphones à plus de 80 % pour les usages classiques que sont les appels vocaux et les SMS, révèle une étude de Deloitte. - Shutterstock*

1 / 2

**DOCUMENT** Selon une étude de Deloitte, les Français sont davantage équipés en smartphones qu'en mobiles classiques. Ils les utilisent néanmoins à plus de 80 % pour passer des appels vocaux et écrire des SMS.

Les Français sont de gros consommateurs d'appareils mobiles, révèle une étude du cabinet Deloitte. En 2014, ils détenaient en moyenne 2,86 appareils. Multi-équipés, les Français préfèrent les smartphones à 61 %, contre 41 % pour les portables standards. Le taux d'équipement en tablettes dans l'Hexagone atteint 46 %, bien plus que les netbooks (18 %) et les liseuses (10 %). Les « phablettes » (smartphones à grand écran) ne conquièrent, elles, pour l'heure que 7 % des Français.

Le marché français des smartphones n'est pas épargné par le duel Samsung-Apple. Le coréen tient la corde avec 37 % du marché, suivi par Apple (17 %) puis Nokia (13 %). En 2014, la firme à la pomme est la seule marque en progression dans l'Hexagone : + 2 %. Elle bénéficie, par ailleurs, de la fidélité de ses consommateurs à la marque Apple, à 76 %, contre 56 % chez les détenteurs d'un Samsung.

Si les Français se montrent accros à leur smartphone - 60 % d'entre eux le consultent dans l'heure suivant leur réveil et 40 % d'entre eux dans la première demi-heure - ils l'utilisent en majorité pour des usages classiques : à 88 % pour les appels vocaux et à 84 % pour les SMS. La messagerie instantanée (12 %), les appels vidéo (5 %) et la VOIP- transport de la voix sur des réseaux IP- (3 %) ne sont pas très populaires.

### **Le marché des applis arrive à maturité**

Les Français sont aussi peu nombreux à télécharger de nouvelles applis : seul un tiers d'entre eux, chaque mois. « *Sur ce marché arrivé à maturité où 89% des Français rechignent à payer pour acquérir des applications payantes, le prix sera l'un des principaux challenges à relever. L'autre enjeu majeur de toute application demeure sa capacité à prolonger son **cycle de vie**. Seules quelques applications ont réussi ce défi, c'est notamment le cas des applications de messagerie instantanée qui réussissent le*

*pari d'une utilisation régulière*», explique Alexandre Buselli, Associé Conseil responsable Télécoms et Médias chez Deloitte.

Si les Français se montrent sensibles à l'univers digital et aux objets connectés - 9 % se déclarent prêts à acquérir un bracelet connecté au cours des douze prochains mois et 8 % une smartwatch - ils sont encore réticents à pratiquer le paiement sur mobile. La majorité des Français se cantonnent ainsi à la consultation de leur solde bancaire (36 %) et le paiement d'achats en ligne (19 %). En revanche, plus de la moitié d'entre eux affirment ne pas être familiers avec les opérations liés au paiement mobile.

## **Fidélité aux opérateurs téléphoniques**

Pour les achats de mobiles, les Français restent fidèles à 55 % aux commerces physiques, contre 39 % pour les achats en ligne. Que ce soit en ligne ou en magasin, les Français font d'abord confiance à leur opérateur téléphonique pour l'achat de leur mobile (à plus de 60 % dans les deux cas). La fidélité à celui-ci reste forte puisque un tiers de la population n'a jamais changé d'opérateur.

Si l'équipement en 4G a augmenté depuis un an, il reste encore un marché de niche puisque seul un Français sur 10 dispose d'un full package téléphone et forfait 4 G. La raison principale de ce faible équipement en 4 G semble être tarifaire, 36 % des Français considérant, à tort, que le forfait 4 G est cher.●

## **D'autres vidéos à voir sur le web**

**États-Unis : le taux de chômage passe sous la barre symbolique de**

