

Selon Zenith 75 % de l'utilisation d'Internet sera mobile dès 2017

27/10/16

Selon le nouveau *Mobile Advertising Forecasts* de Zenith (Publicis Media) publié aujourd'hui, l'année prochaine les appareils mobiles représenteront 75 % de l'utilisation mondiale d'Internet. La part des appareils mobiles pour l'utilisation d'Internet a augmenté rapidement, passant de 40 % en 2012 à 68 % en 2016 et cette part devrait atteindre 79 % d'ici 2018.

La première édition de *Mobile Advertising Forecasts* observe la publicité et la technologie mobile dans 60 grands pays dans le monde. On prévoit une augmentation du temps que les consommateurs consacrent à l'utilisation d'Internet sur les mobiles, la diffusion des smartphones et des tablettes et un développement des dépenses publicitaires sur les supports mobiles.

L'Espagne, Hong Kong et la Chine en tête de la consommation de l'Internet mobile

Les pays affichant la plus forte consommation d'Internet mobile sont répartis en Europe de l'ouest, en Asie et en Amérique du Nord. En Espagne, l'Internet mobile représente la plus forte part de l'utilisation d'Internet global, où on prévoit qu'il représentera 85 % de l'utilisation d'Internet en 2016. Hong Kong arrive en seconde position avec 79 % de l'utilisation d'Internet se faisant sur des appareils mobiles, puis la Chine avec 76 % et les États-Unis 74 %. L'Italie et l'Inde arrive ex aequo en cinquième position avec 73 % chacune.

D'ici 2018, Hong Kong devrait avoir le plus fort taux d'utilisation d'Internet mobile, avec 89 % de l'utilisation Internet globale. La Chine arrivera en deuxième position avec 87 % et l'Espagne troisième avec 86 %, suivies des États-Unis et de l'Italie avec 83 % chacun et l'Inde, 82 %.

Le taux de pénétration des smartphones a été multiplié par 2,4 entre 2012 et 2016

L'augmentation rapide du taux de pénétration des appareils mobiles tire le développement de l'utilisation de l'Internet mobile. En 2012, seuls 23 % des habitants sur les 60 marchés utilisés dans l'étude, avaient un smartphone et 4 % avaient une tablette. Le taux de pénétration a désormais atteint 56 % et a été multiplié par 2,4 au cours de ces quatre dernières années, et ce taux devrait atteindre 63 % d'ici 2018. Les tablettes sont plus considérées comme un objet de luxe et ne sont pas répandues aussi largement. 15 % des



habitants en sont équipés sur les 60 marchés étudiés et ce taux de pénétration devrait être de 17 % en 2018.

Les smartphones sont plus répandus en Europe de l'ouest et en Asie

Les plus forts taux de pénétration de smartphones sont concentrés en Europe de l'ouest et en Asie. Selon nos estimations, l'Irlande a le plus fort taux de pénétration de smartphone cette année avec 92 %, suivie du Singapour (91 %), de l'Espagne (88 %) et de la Corée du Sud (84 %). L'Irlande devrait conserver cette première place en 2018 avec un taux de pénétration de 94 %, suivie de la Suisse et de Singapour avec 92 % chacun et respectivement 91 % pour la Norvège et Taiwan.

Les taux de pénétration de tablette varient énormément d'un marché à un autre. Sur 10 marchés parmi les 60 que nous avons analysés, le taux de pénétration est supérieur à 50 % et sur 10 autres, le taux de pénétration est inférieur à 10. Seul 3 % des habitants en Chine possèdent une tablette, ce qui réduit fortement la moyenne car la Chine représente 27 % de la population de ces 60 marchés. En Inde, qui représente 26 % de la population, 6 % des habitants possèdent une tablette. C'est à Singapour qu'on trouve le plus fort taux de pénétration (avec 75 %) et c'est en Chine et en Thaïlande qu'on trouve les plus bas (3 %).

En 2018 60% de la publicité Internet sera mobile

Comme nous l'annoncions dans notre Advertising Expenditure Forecasts de septembre 2016, la publicité mobile dépassera la publicité diffusée sur ordinateur en 2017, faisant évoluer sa part de publicité Internet global de 44 % à 52 % cette année. En 2018, la publicité mobile devrait représenter 60 % de l'ensemble de la publicité diffusée sur Internet. Cette année, les dépenses de publicité mobile devraient atteindre 134 milliards \$US, ce qui est plus que les dépenses consacrées aux journaux, magazines, cinéma et la publicité extérieure réunies.

Qu'est-ce que cela signifie pour les annonceurs

Zenith suggère que toutes les marques doivent donner la priorité au mobile pour leur communication numérique: tous les supports (depuis les sites Internet consacrés à la marque aux publicités vidéo) doivent être conçus de telle sorte à offrir une expérience optimale sur les appareils mobiles. Les annonceurs doivent également penser à la mobilité du consommateur et pas uniquement aux appareils mobiles. Au cours de la journée, les consommateurs passent de la tablette, à l'ordinateur de bureau puis le smartphone, parfois en regardant la télé. Les annonceurs doivent donc élaborer des expériences de marque adaptées entre les écrans et les appareils.



Zenith conseille également aux annonceurs de prendre en compte l'ensemble de l'écosystème mobile, y compris les smartwatch, les traqueurs d'activité et autres appareils intelligents, pour la planification de leurs communications. Les consommateurs ont tendance à utiliser des appareils plus spécialisés pour des occasions très spécifiques, ce qui donne aux annonceurs une opportunité de cibler ces moments de leur vie avec précision.

« Les appareils mobiles sont d'ors et déjà le principal moyen d'accès à Internet dans le monde », déclare Jonathan Barnard, Responsable de Forecasting chez Zenith. « Les pays d'Europe de l'ouest, d'Asie et d'Amérique du Nord, mènent la transition, mais la technologie mobile se développe rapidement partout. L'année prochaine, les appareils mobiles aussi deviendront le principal média pour la publicité Internet. »

A propos de Zenith

Publicis Media est l'un des quatre solution hubs de Publicis Groupe (Euronext Paris FR0000130577, CAC 40) avec Publicis Communications, Publicis.Sapient et Publicis Healthcare. Dirigé par Steve King, CEO, Publicis Media est porté par cinq marques : Starcom, Zenith, Mediavest | Spark, Optimedia | Blue 449 et Performics. Ces marques sont soutenues à l'échelle mondiale par des centres d'excellence data-driven et digital-first afin de créer de la valeur et impulser la transformation des modèles économiques des entreprises. Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 17.500 collaborateurs.

Twitter: @PublicisMedia

Contact Presse

Elodie Dufour

Responsable Communication Publicis Media France

Elodie.dufour@publicismedia.com

06 71 57 96 38