

FRANCE
DIGITAL
FUTURE IN FOCUS
2013

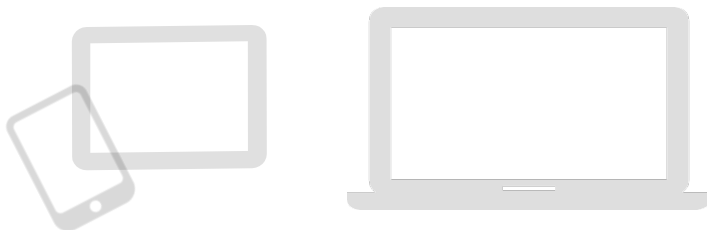


Tendances Clés du Digital en France et leur Impact pour l'Avenir

Résumé

La fragmentation des média se précise pas à pas dans l'environnement multiplateforme actuel, caractérisé non seulement par l'utilisation d'ordinateurs, mais également de Smartphones, de consoles de jeux et de ces nouveaux devices à venir.

Les événements majeurs de l'année 2012, comme les Jeux Olympiques ou les élections présidentielles, ont prouvé que les consommateurs utilisaient de multiples plateformes pour accéder au contenu souhaité, sans attachement particulier à un device, plutôt qu'un autre, le choisissant en fonction du moment de la journée ; l'important étant de rester en phase avec leurs emails, les actualités, les réseaux sociaux et autres centres d'intérêt.



comScore se prépare depuis plusieurs mois à cette réalité où le PC ne serait plus le centre de l'écosystème Digital, où les internautes consommeraient du contenu Digital où et quand ils l'ont décidé.

Cette étude de comScore souligne comment les dernières tendances en termes d'usage internet, vidéo en ligne, mobile, search, médias sociaux ou d'achat en ligne viennent modifier le paysage du Digital en France et ses implications pour les années à venir.

POUR PLUS D'INFORMATIONS, VEUILLEZ CONTACTER :

Hélène Azevedo
worldpress@comscore.com

Delphine Gatignol
worldpress@comscore.com

Principales Conclusions

La France, un marché clé en Europe

Fort de ses 48 millions d'internautes, la France reste un marché européen majeur. Les sites d'e-commerce sont clairement en forte croissance.

Le paysage média se fractionne

Près de 7,5% du trafic internet se fait désormais depuis mobiles ou tablettes. L'adoption rapide des nouveaux devices connectés contribuera sans aucun doute au bouleversement du marché français.

La vidéo en ligne toujours en vogue

L'audience de la vidéo en ligne connaît un léger ralentissement en France mais la tendance est contraire sur le mobile, où on observe une croissance fulgurante de 110%. Youtube reste la première propriété vidéo en France, suivie de Dailymotion.

Les annonceurs français continuent d'investir en ligne

En 2012, 784 milliards d'impressions publicitaires display ont été délivrées en France, justifiant l'importance d'aller plus loin dans la validation et la mesure des impressions visibles.

Facebook domine les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux attirent à la fois la plus grande part du temps passé en ligne par les internautes et le plus grand nombre d'impressions display en France. Il sera intéressant de suivre des acteurs tels que Twitter, LinkedIn ou Viadeo qui ont beaucoup misé sur l'audience mobile cette année.

Les consommateurs se lancent dans le m-commerce

Alors que le shopping en ligne séduit aujourd'hui plus de 8 internautes français sur 10, le m-commerce décolle. En décembre 2012, 9,2% des usagers mobiles français avec Smartphone ont acheté un produit/service depuis leur téléphone.

Contenu

CADRE INTERNATIONAL

Tendances Mondiales	5
Paysage Digital Européen	8
Paysage Mobile Européen	12

2013 DIGITAL FUTURE IN FOCUS – LE DIGITAL EN FRANCE

Paysage Digital en France	17
Paysage Mobile en France	20
Comportement de l'Audience Web	25
Vidéo en Ligne	34
Moteur de Recherche	38
Publicité Display	42
Coup de Projecteur sur	
▪ Réseaux Sociaux	47
▪ Les Seniors	51
▪ Achat en Ligne	56
Conclusions	62
Tweets Proposés	65
Méthodologie	66
À Propos de comScore	69

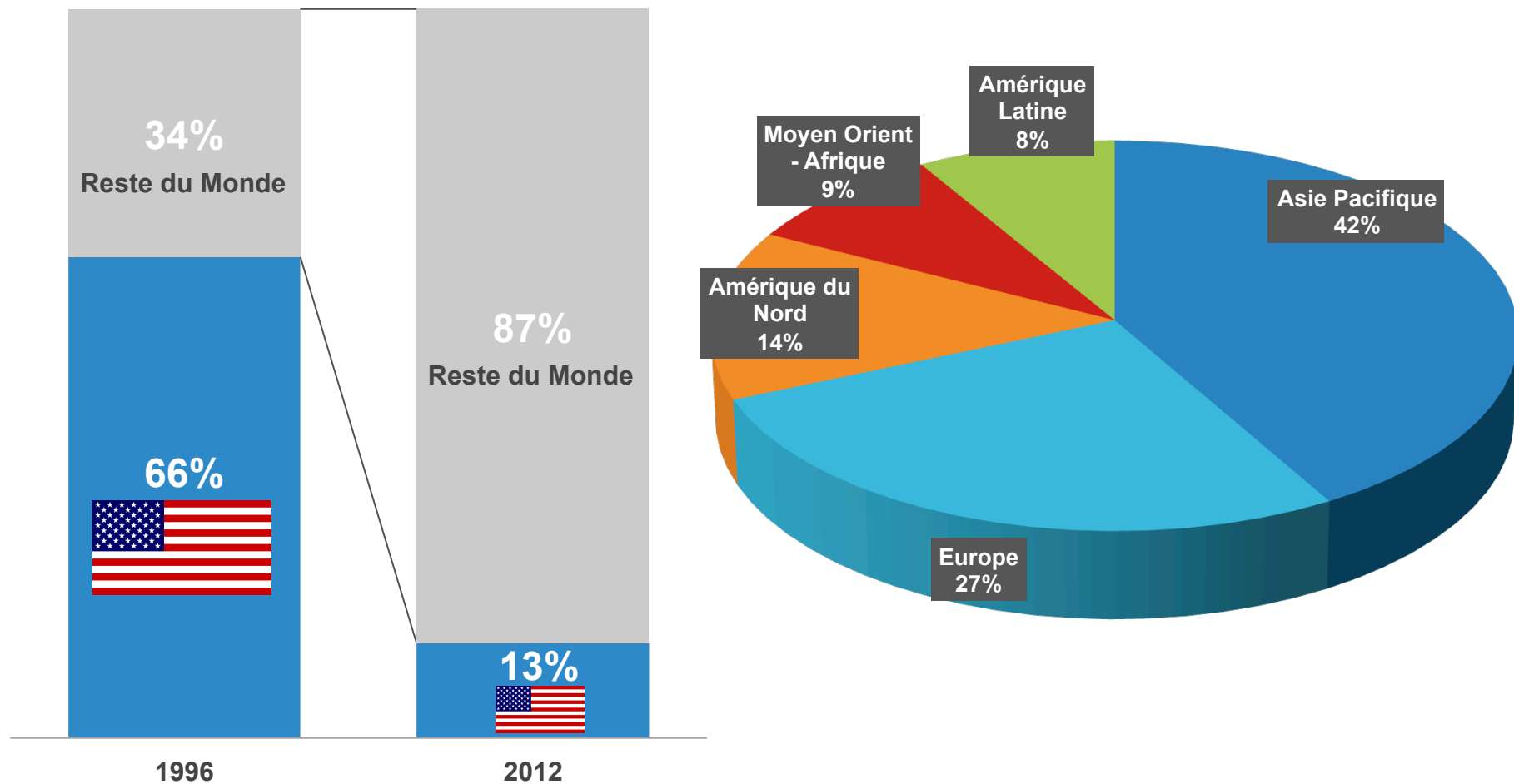


#FutureinFocus

TENDANCES MONDIALES

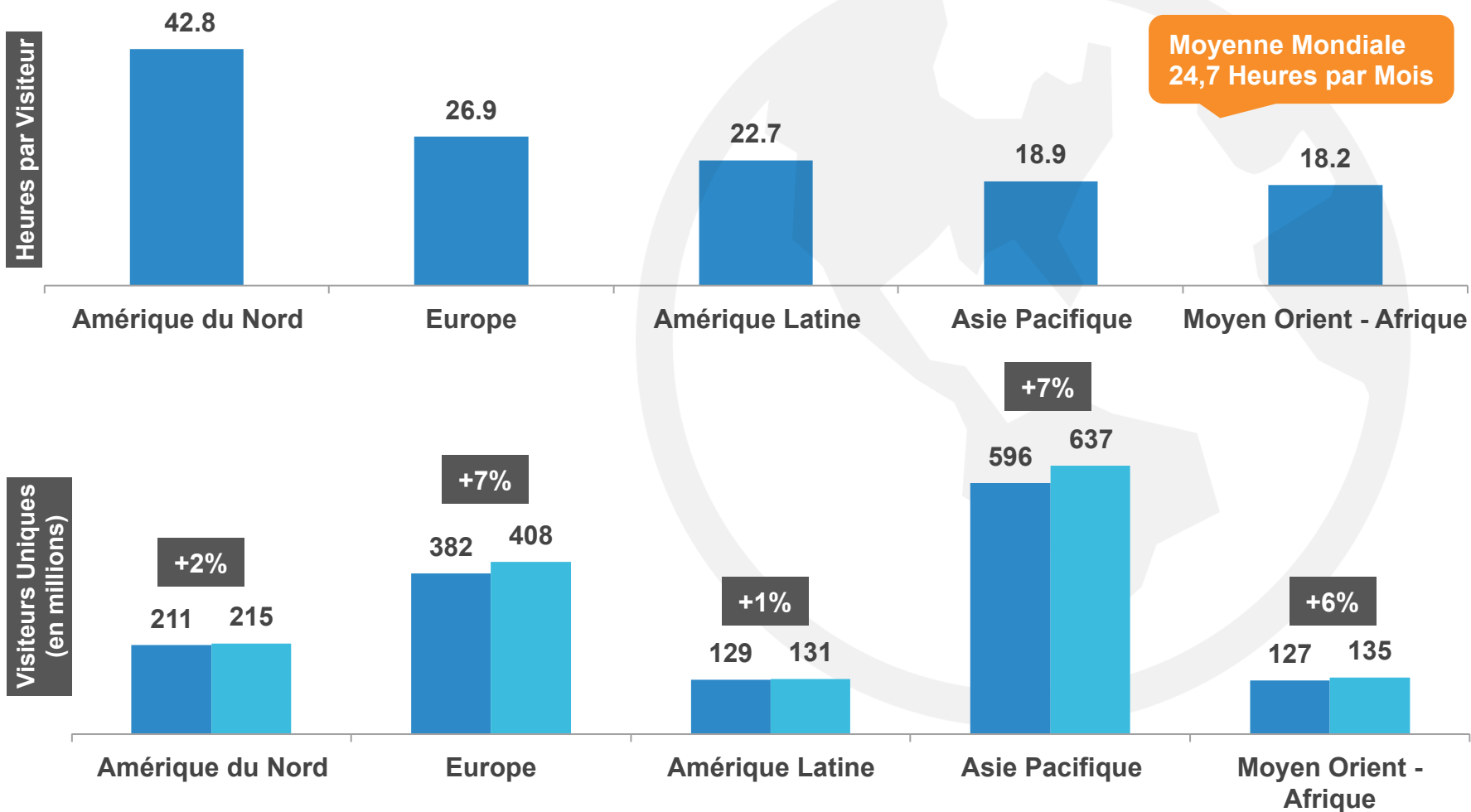
Distribution des Internautes dans le Monde

Les Etats-Unis ne sont plus le Centre de l'Univers Digital



Temps Passé et Croissance par Région

Plus d'Engagement aux US, mais Plus d'Internautes en Asie Pacifique

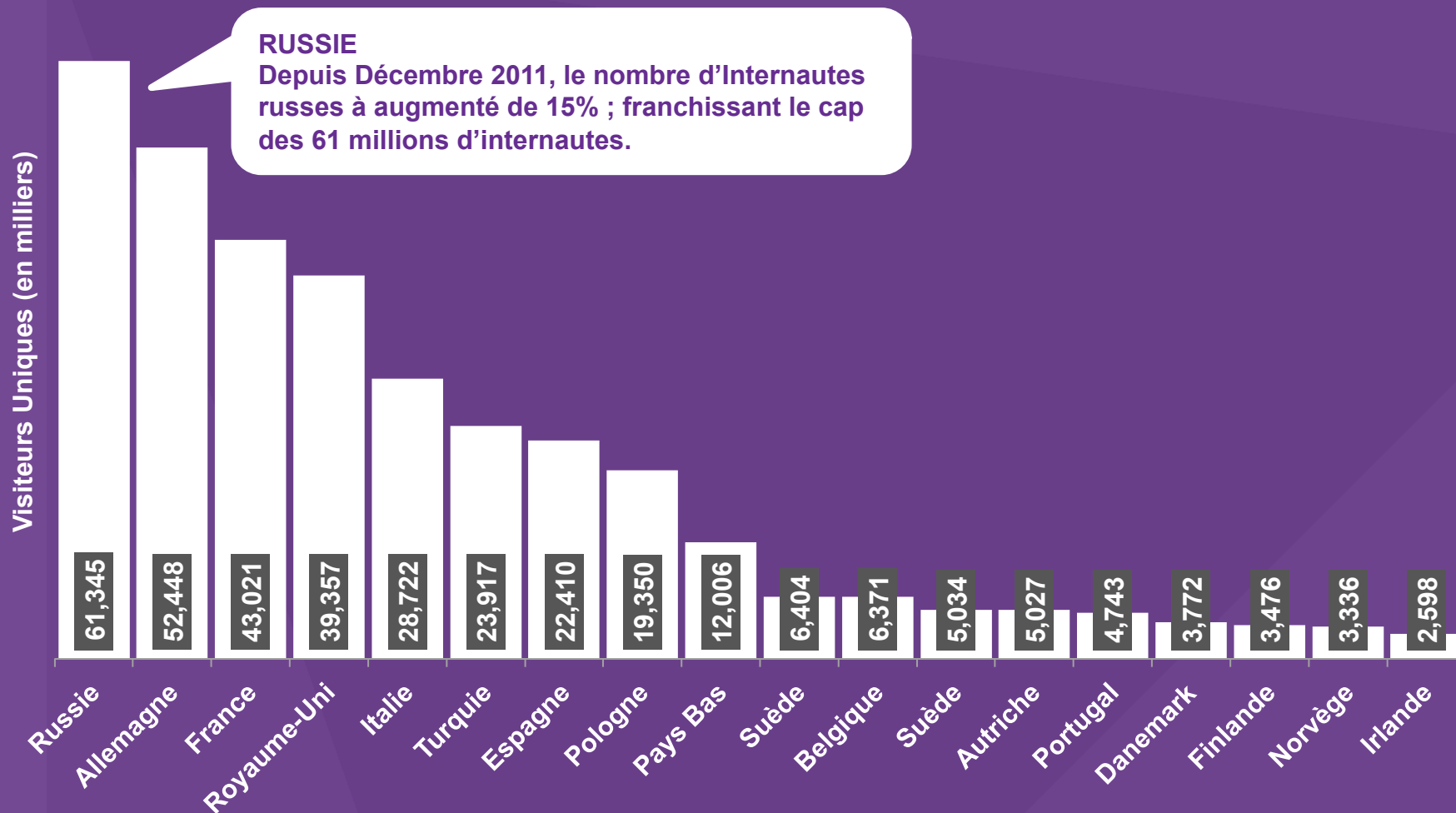


#FutureinFocus

PAYSAGE DIGITAL EUROPÉEN

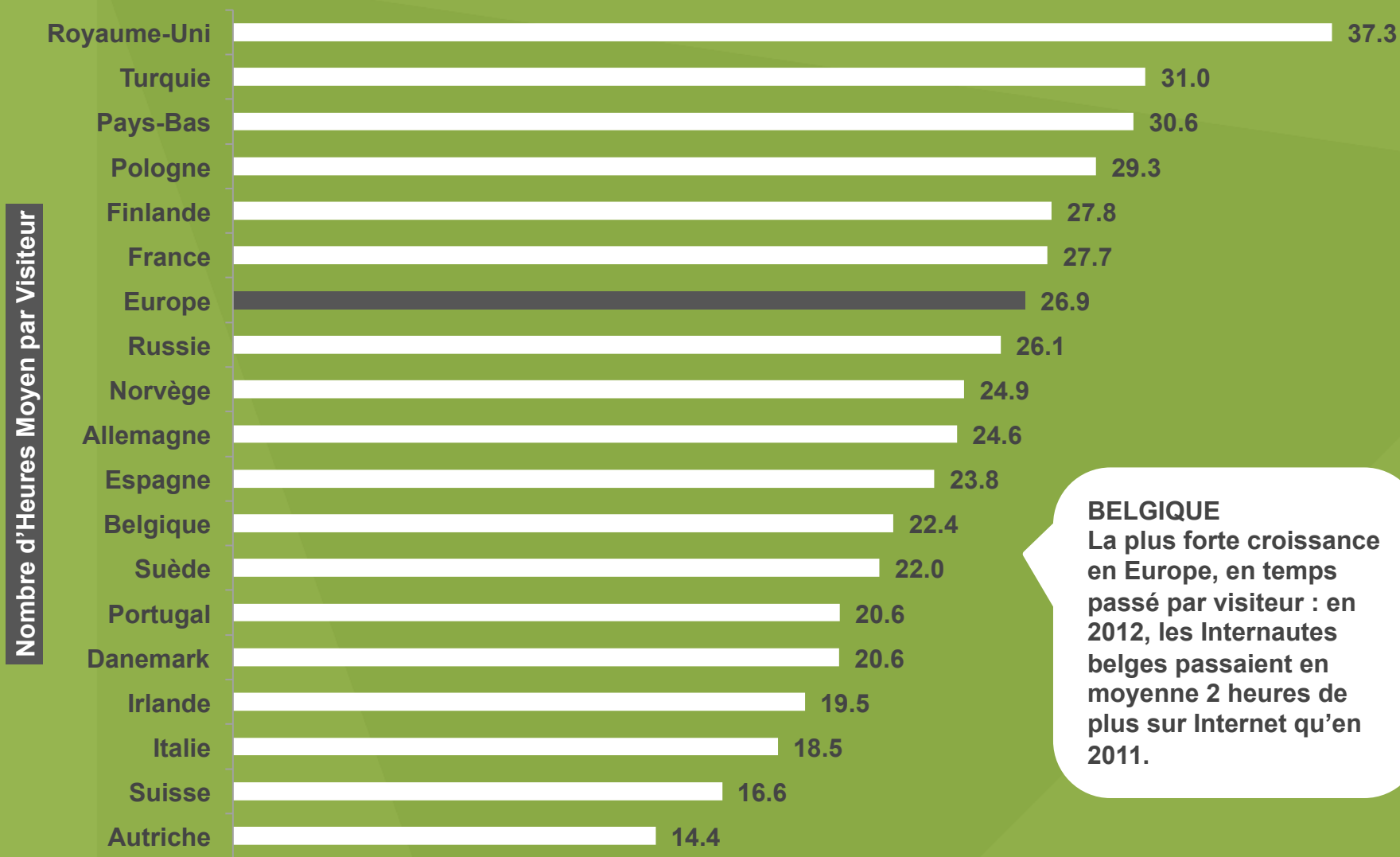
Audience en Ligne en Europe

15% des 408 millions d'Internautes Européens sont en Russie



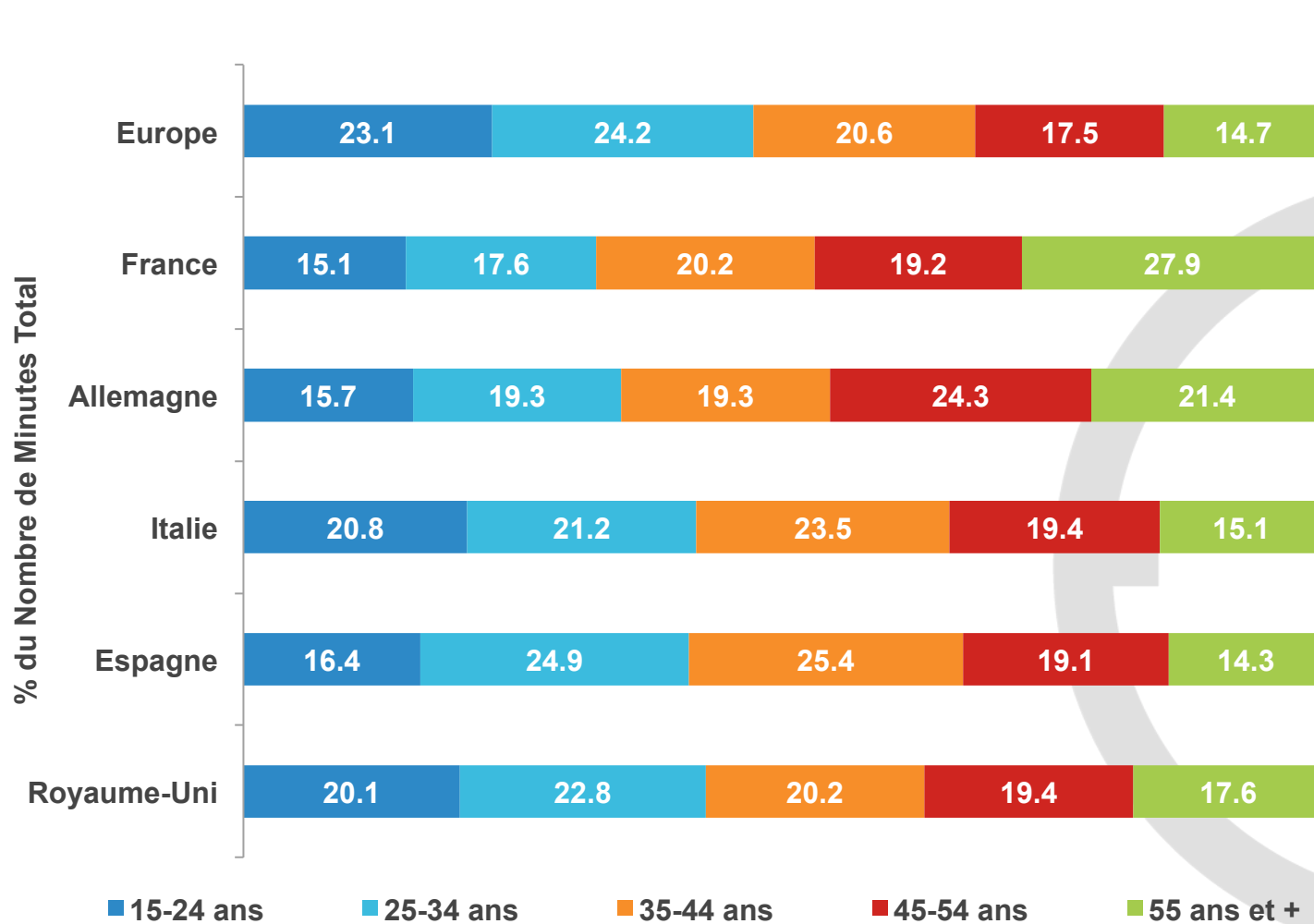
Engagement en Europe

En France, les Internautes Passent sensiblement Plus de Temps en ligne



Les Moins de 35 ans Représentent 50% du Temps Passé en Europe

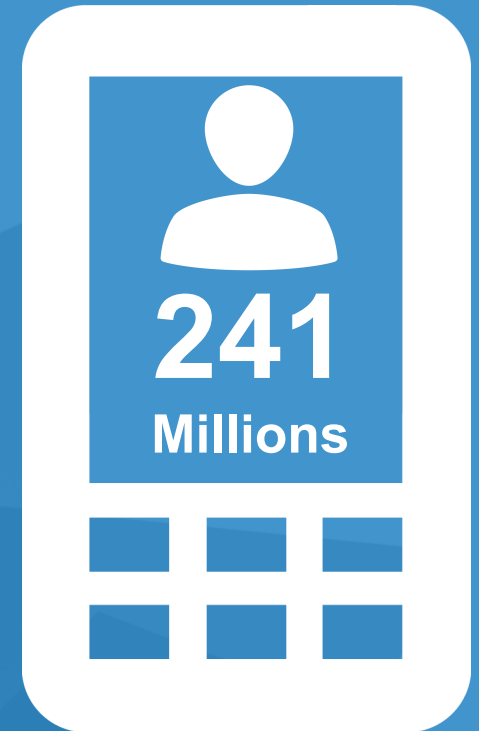
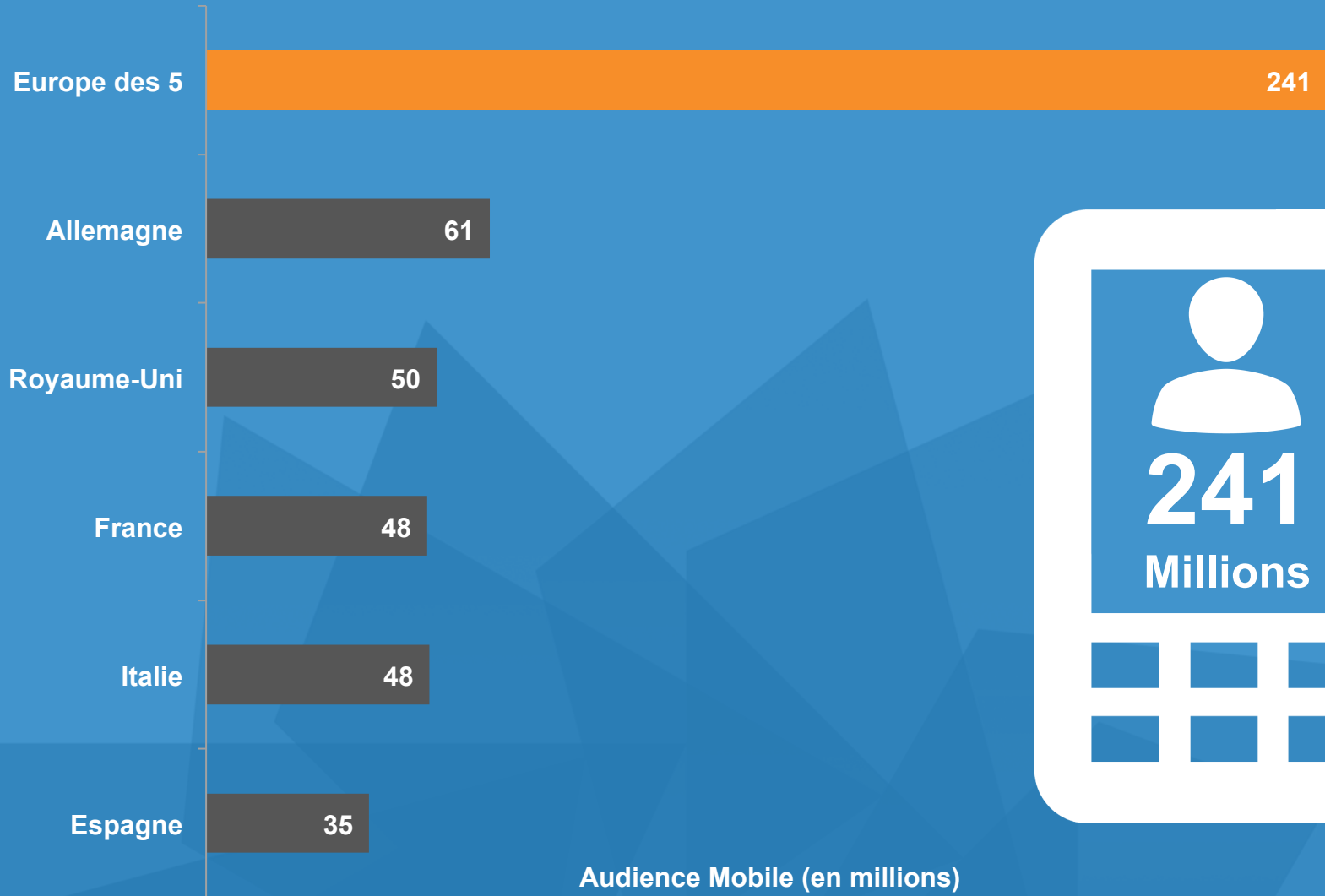
Répartition en Minutes par Catégorie d'Age Varie



#FutureinFocus

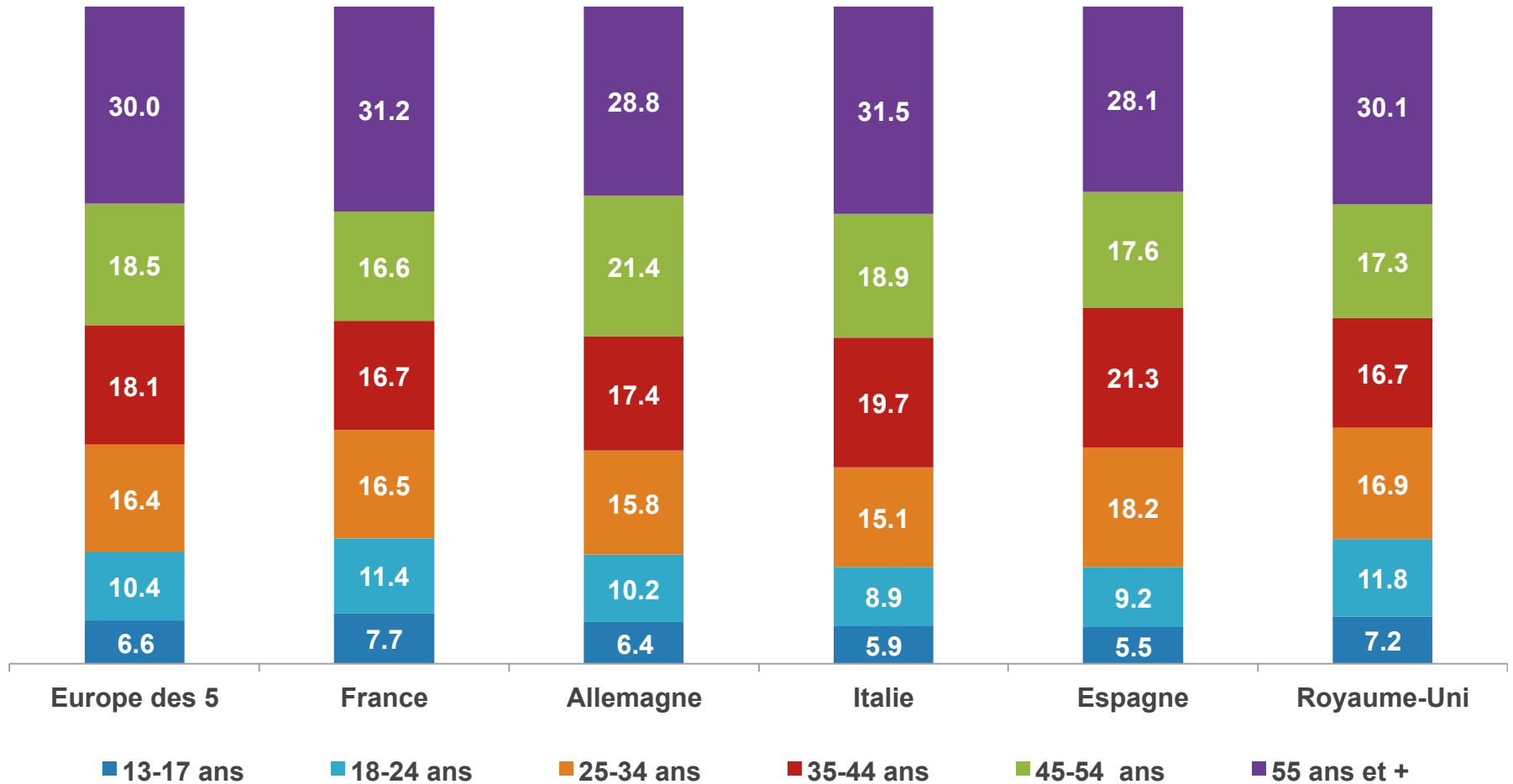
PAYSAGE MOBILE EUROPÉEN

Les Usagers Mobile Dépassent la Barre des 240 Millions dans l'Europe des 5



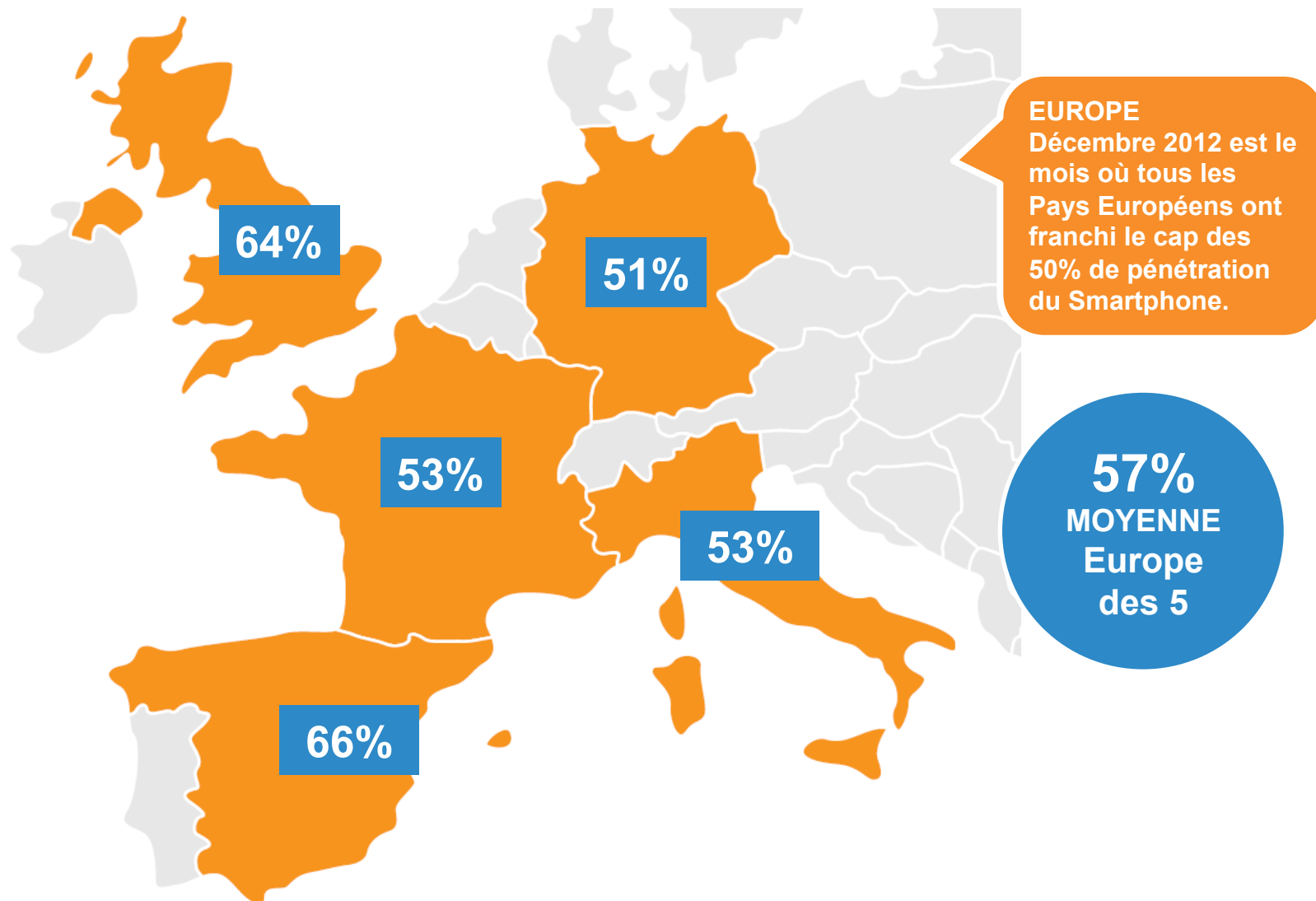
Un Tiers des Usagers Mobiles Européens ont moins de 35 Ans

Les moins de 35 ans représentent plus de 35% des Usagers Mobiles Français



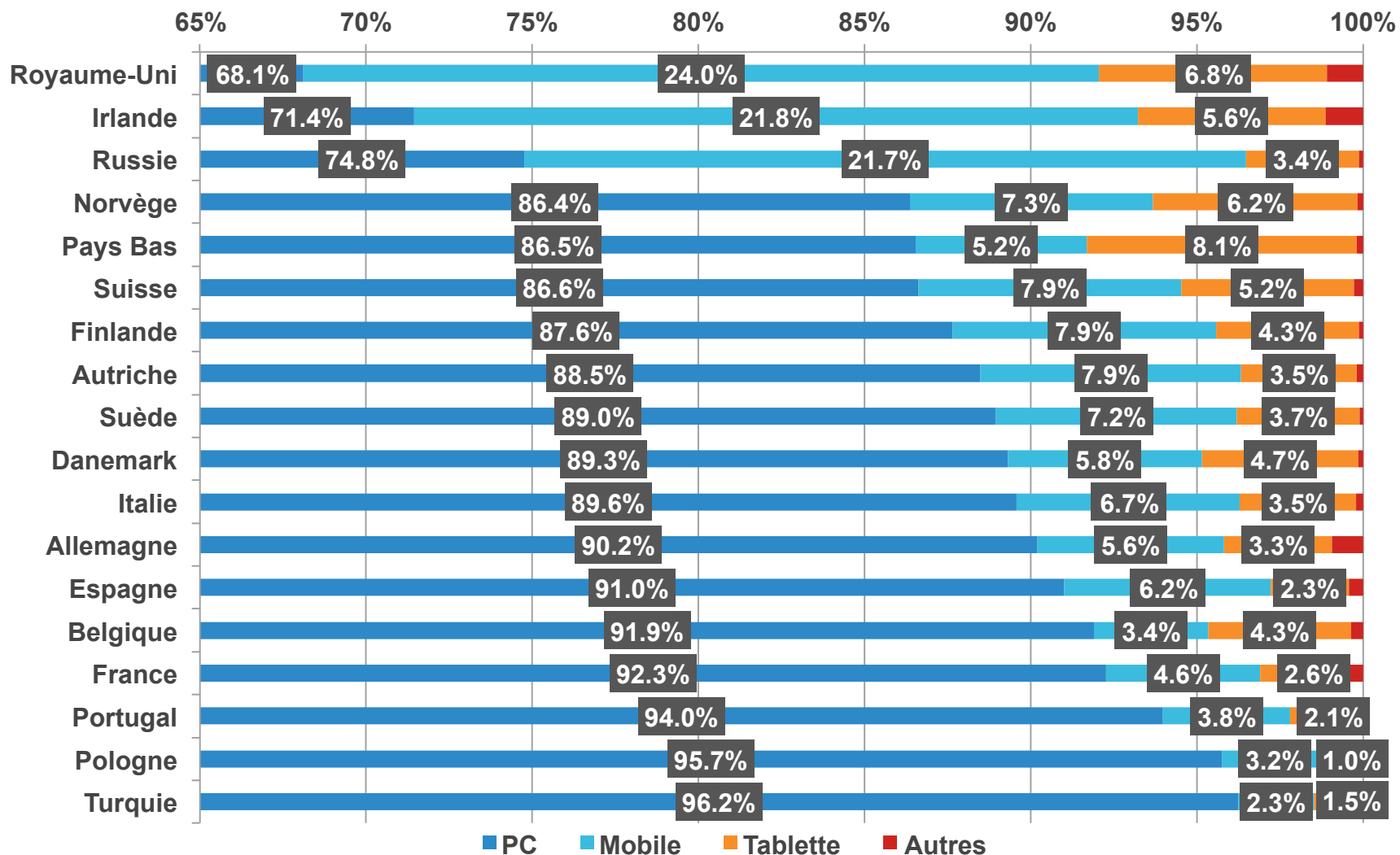
Pénétration du Smartphone dans l'Europe des 5

53% des Usagers Mobiles Français ont un Smartphone



Répartition par Support des Pages Vues en Europe

Trafic issu des Mobiles & Tablettes Promet une Belle Croissance en France

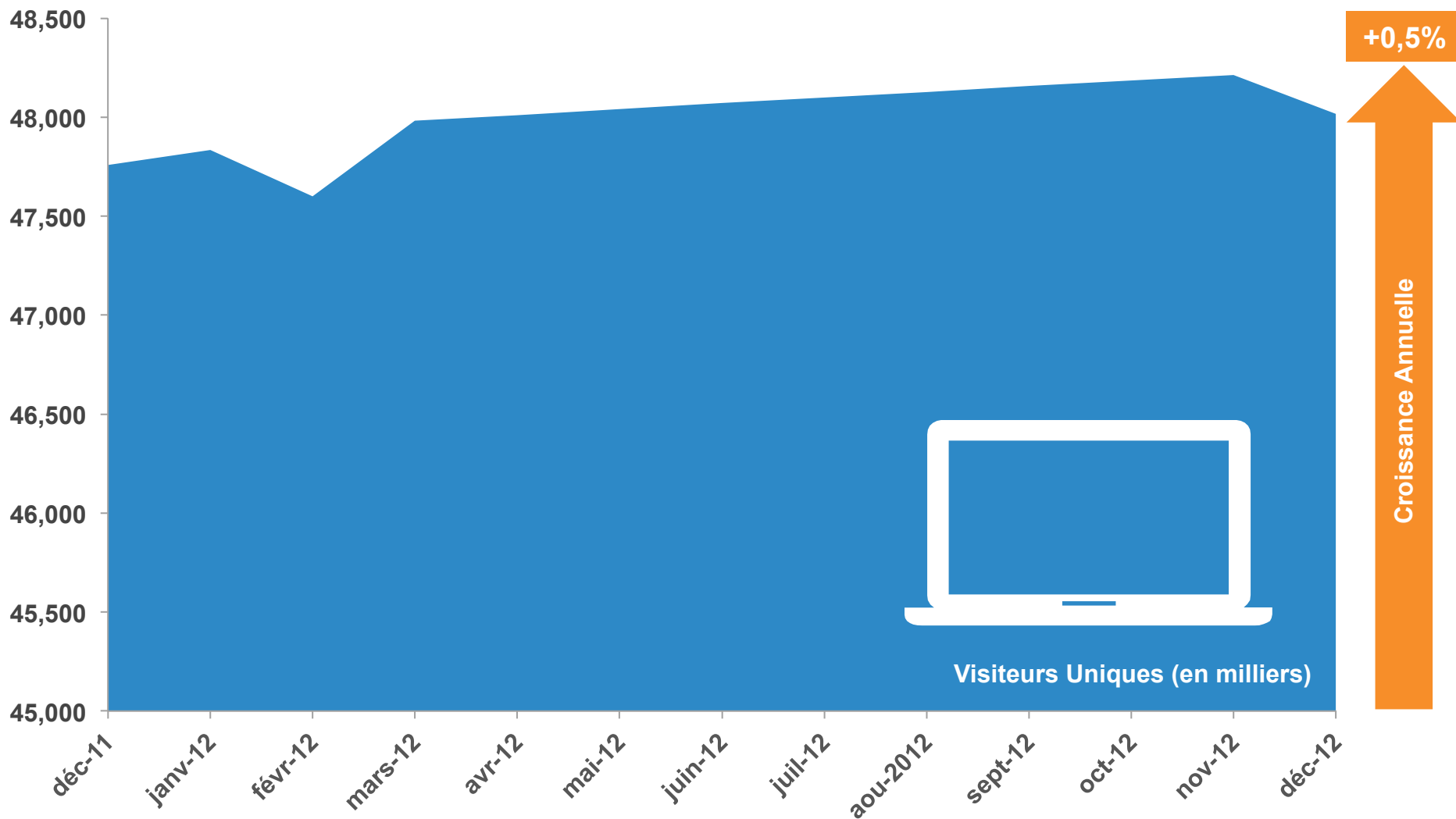


#FutureinFocus

PAYSAGE DIGITAL EN FRANCE

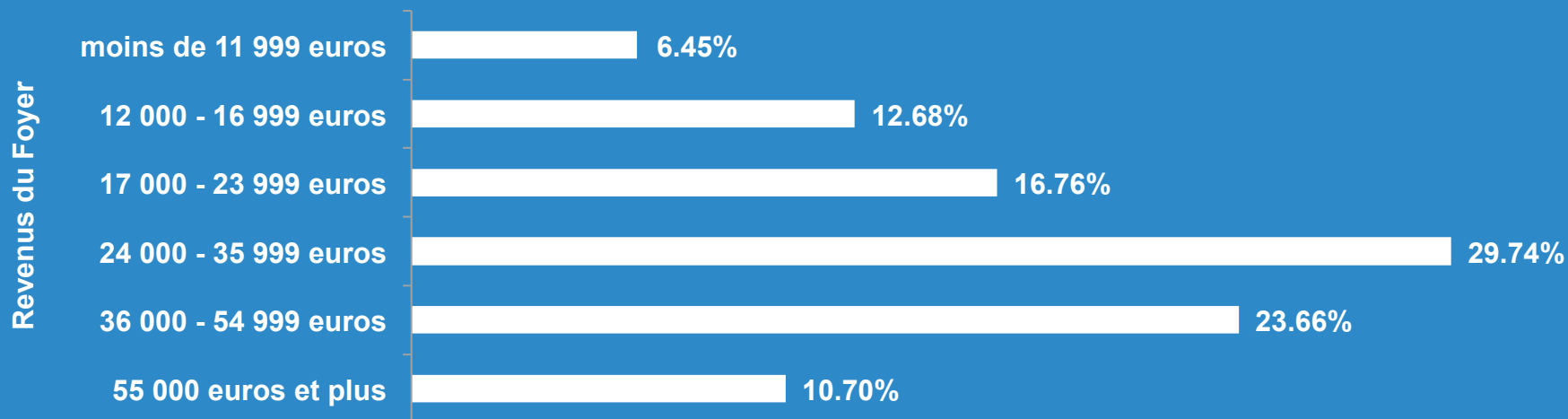
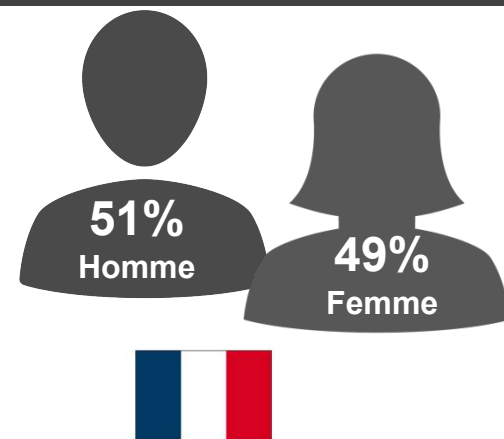
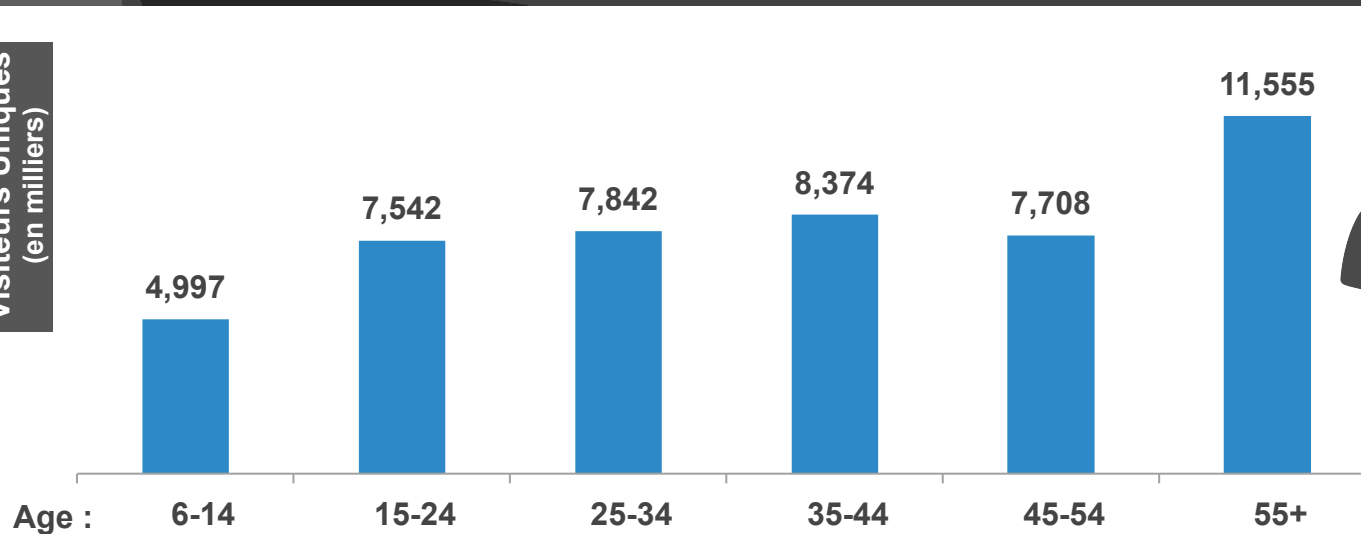
Population en Ligne Stable en France

48 Millions de Français Surfent depuis un PC à Domicile ou au Travail



Profil des Internautes en France

Visiteurs Uniques
(en milliers)



#FutureinFocus

PAYSAGE MOBILE EN FRANCE

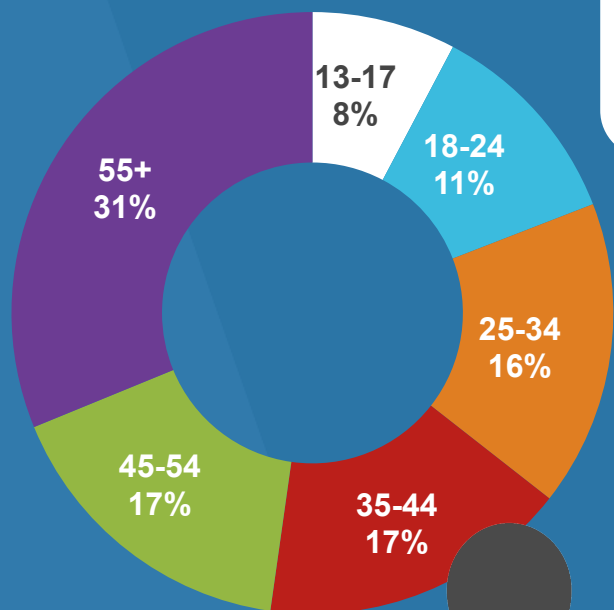
Paysage Mobile en France

En France, les Smartphones Attirent surtout des Hommes de 25-34 ans

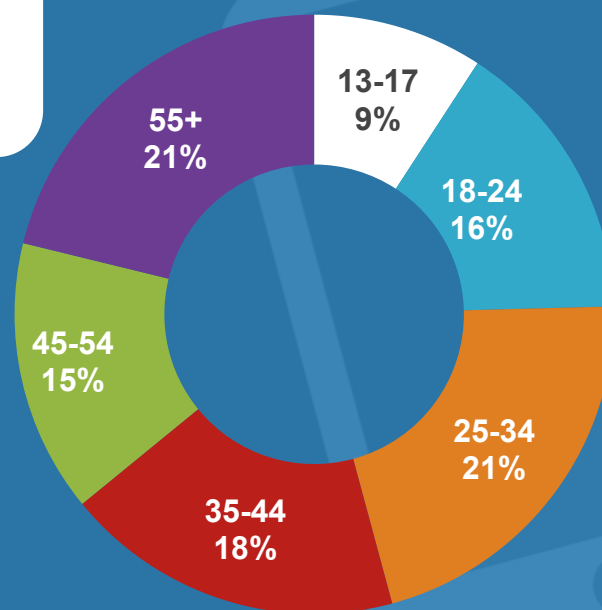
Audience Mobile en France : 47,5 millions

Audience Smartphone en France : 25,2 millions

Composition par Age
Audience Mobile



Composition par Age
Audience Smartphone

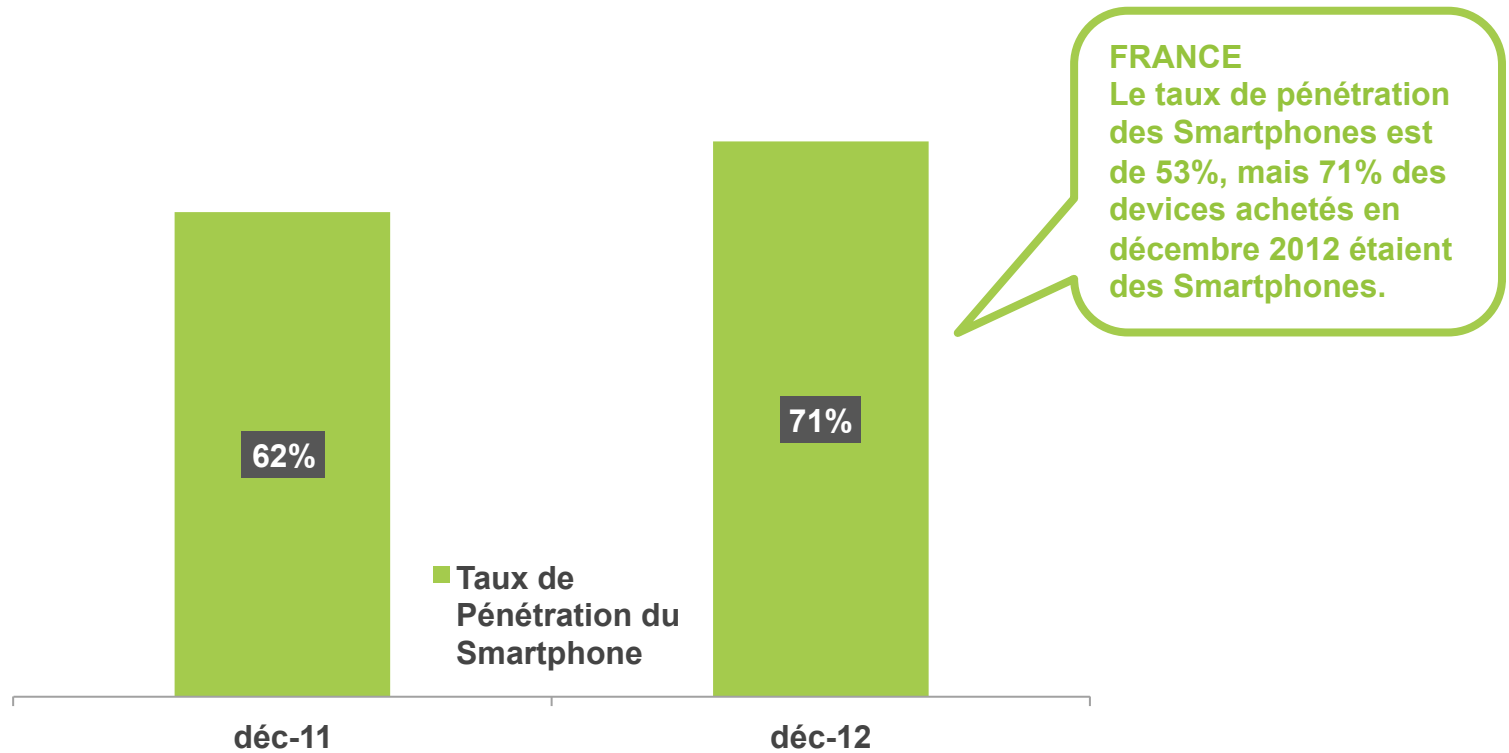
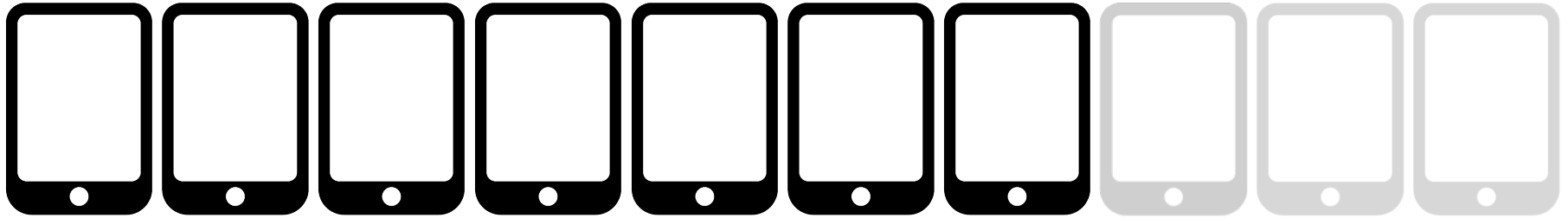


FRANCE
Le Smartphone
reste un support
légèrement
préféré par les
hommes (54%)

49%
Homme

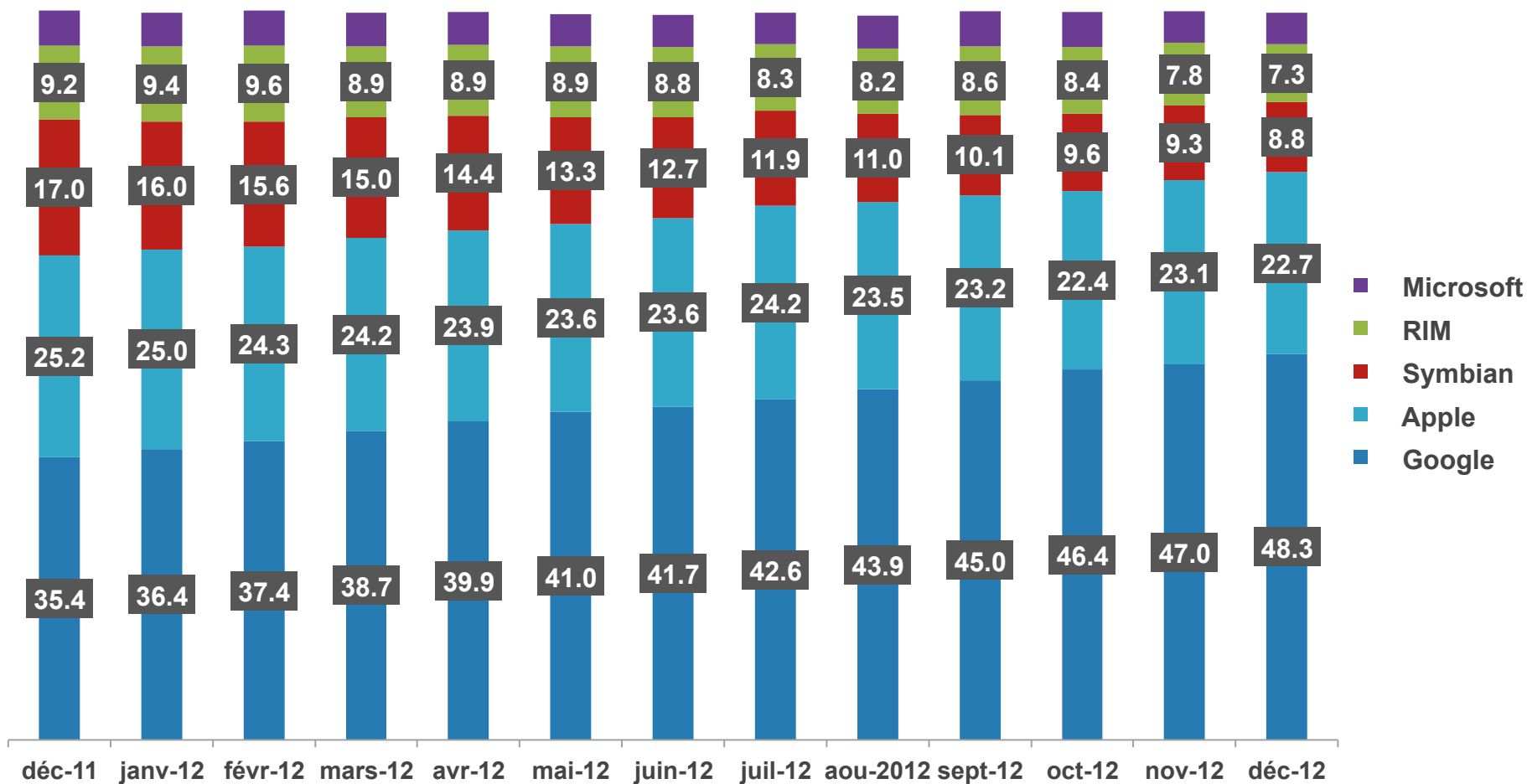
51%
Femme

7 Mobiles Achetés sur 10 en France sont des Smartphones

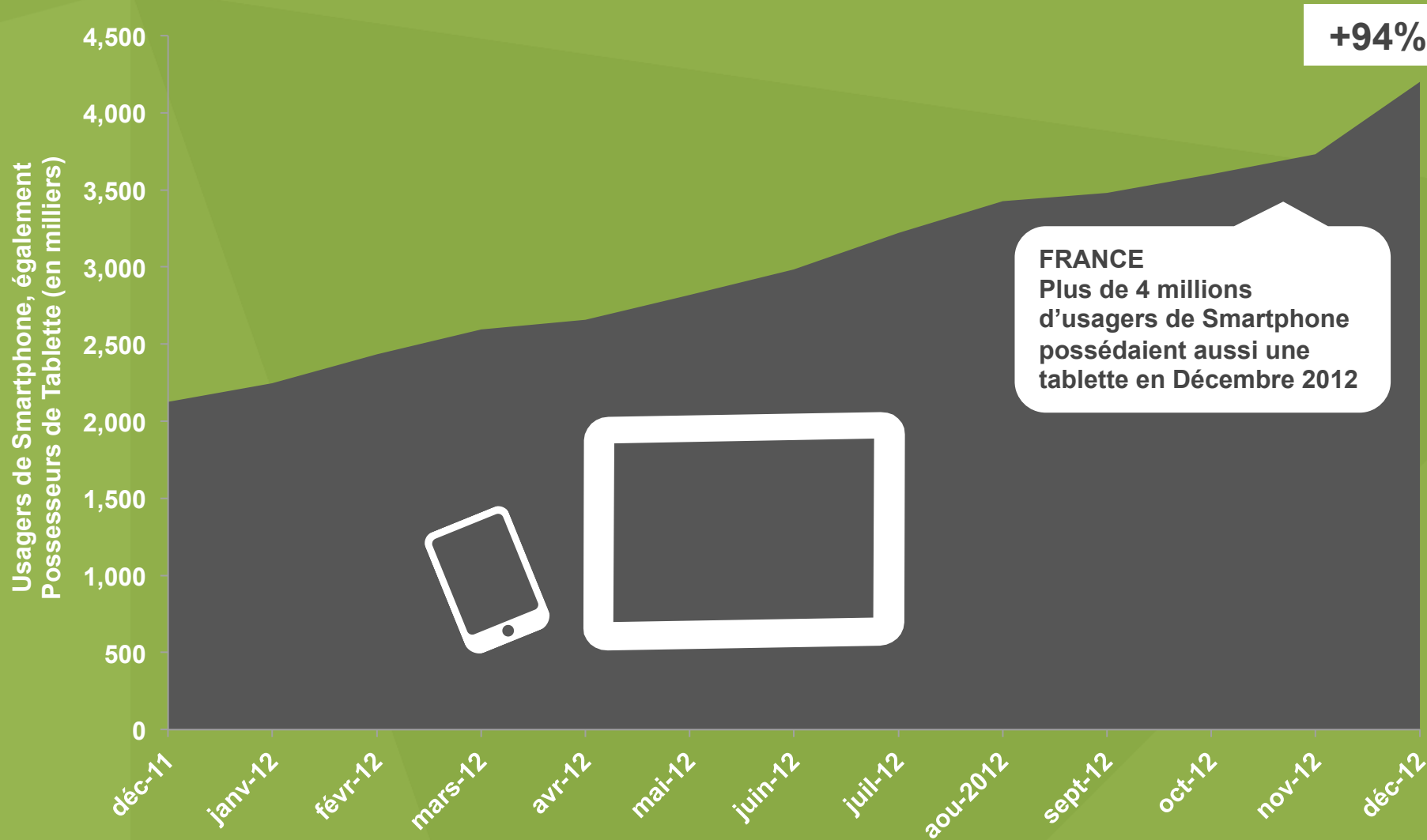


Google Android Installé sur la Moitié des Smartphones en France

Malgré une Perte de Vitesse, l'iOS s'accroche à la 2^{ème} place



Les Tablettes, Faites pour Durer ?

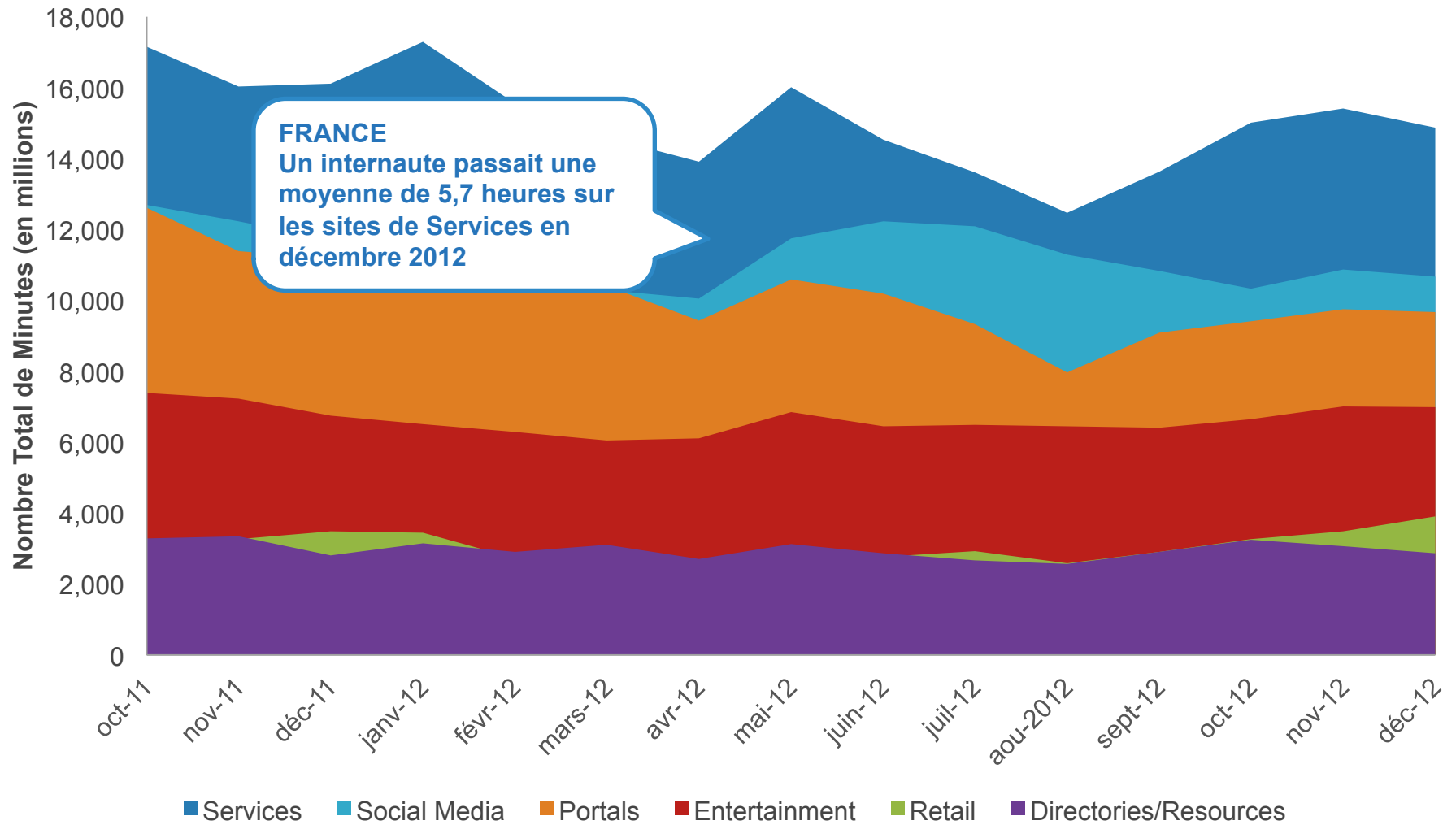


#FutureinFocus

COMPORTEMENT DE L'AUDIENCE **WEB**

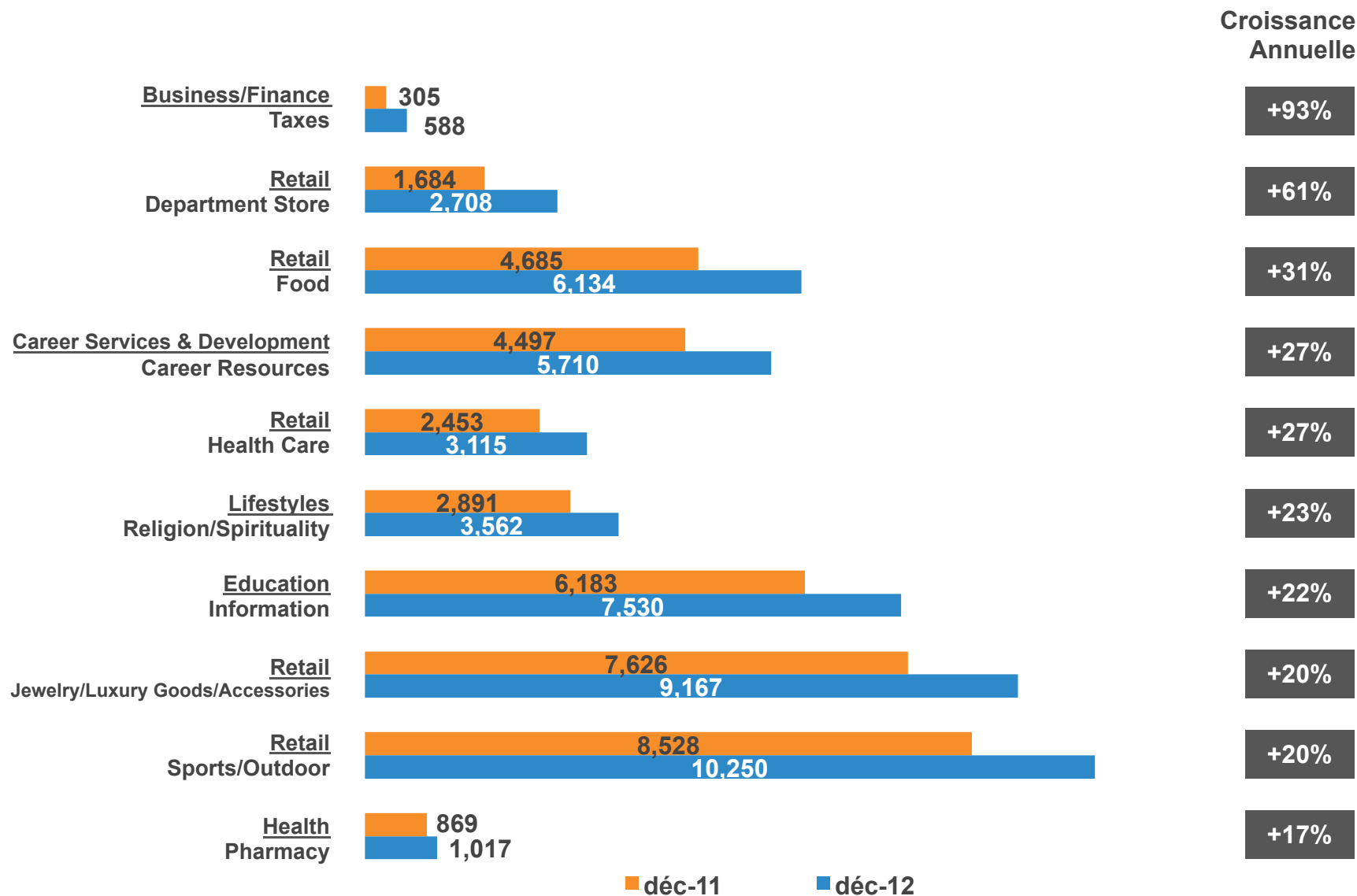
Les Français Passent Plus de Temps sur les sites de Services

Email, Messagerie Instantanée et Réseaux Sociaux Toujours En Vogue

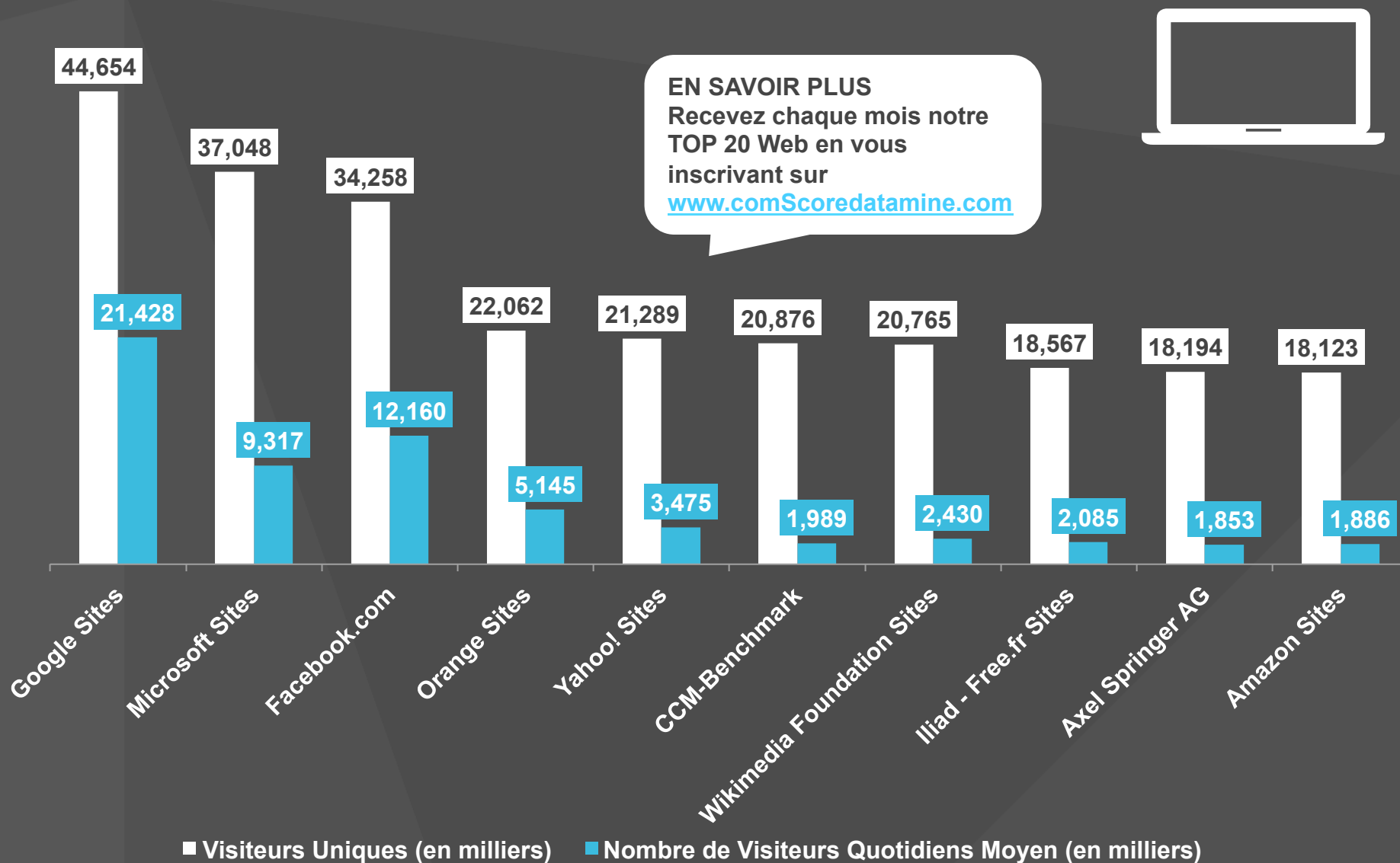


Des Catégories Web à Garder en Ligne de Mire

Visiteurs Uniques (en milliers)



Classement des Propriétés Web en France



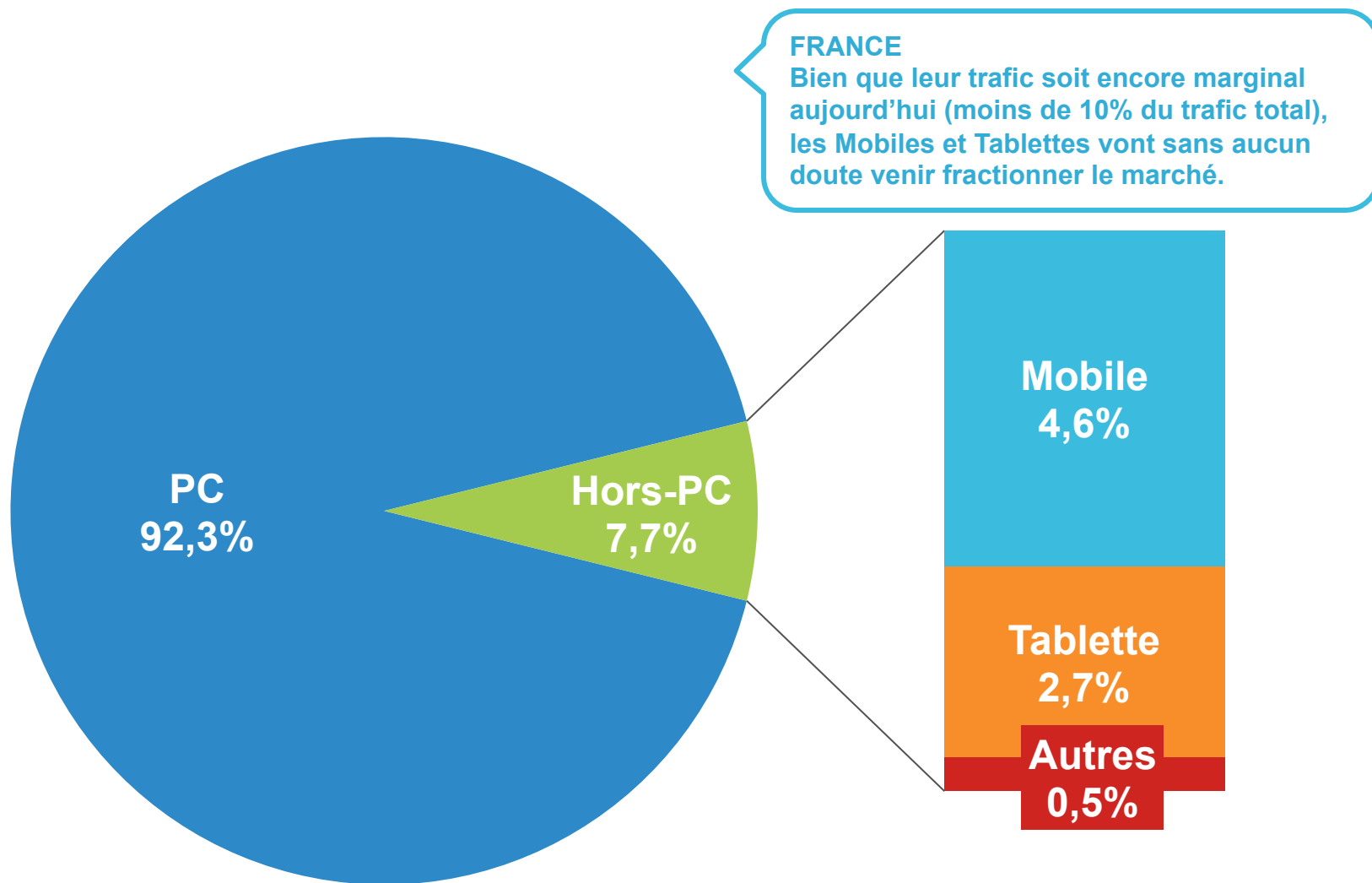


USAGE MULTIPLE DEVICES



Répartition des Pages Vues en France par Device

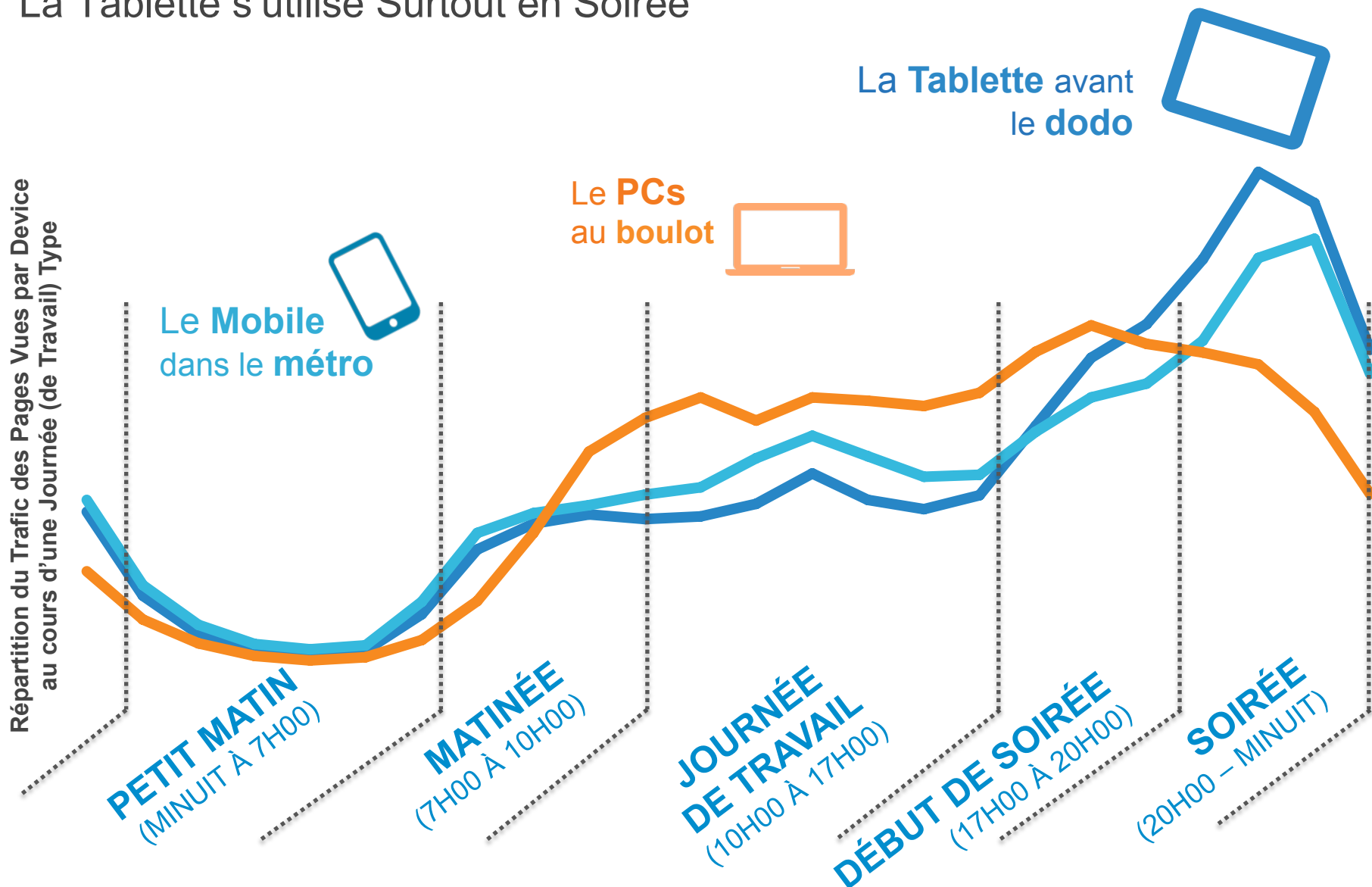
Trafic encore très largement dominé par le PC en France



Usage des Devices dans la Journée-Type des Français

La Tablette s'utilise Surtout en Soirée

Répartition du Trafic des Pages des Vues par Device au cours d'une Journée (de Travail) Type



Utilisation de la Vidéo et du Mobile pour Augmenter son Reach

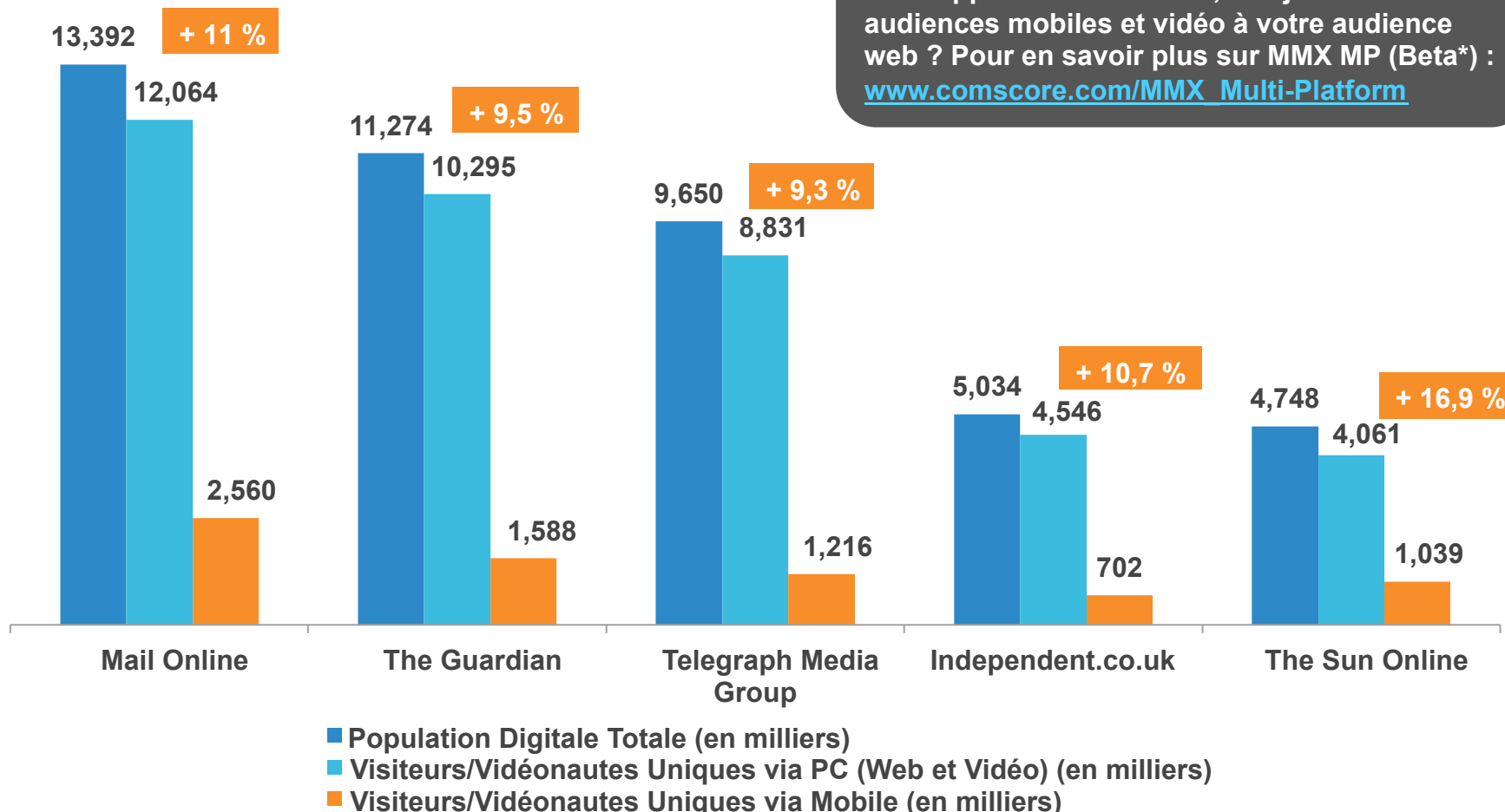
En GB, le Quotidien The Sun Étend son Reach de 17% grâce au Mobile

Croissance de l'Audience via le Mobile (en %)

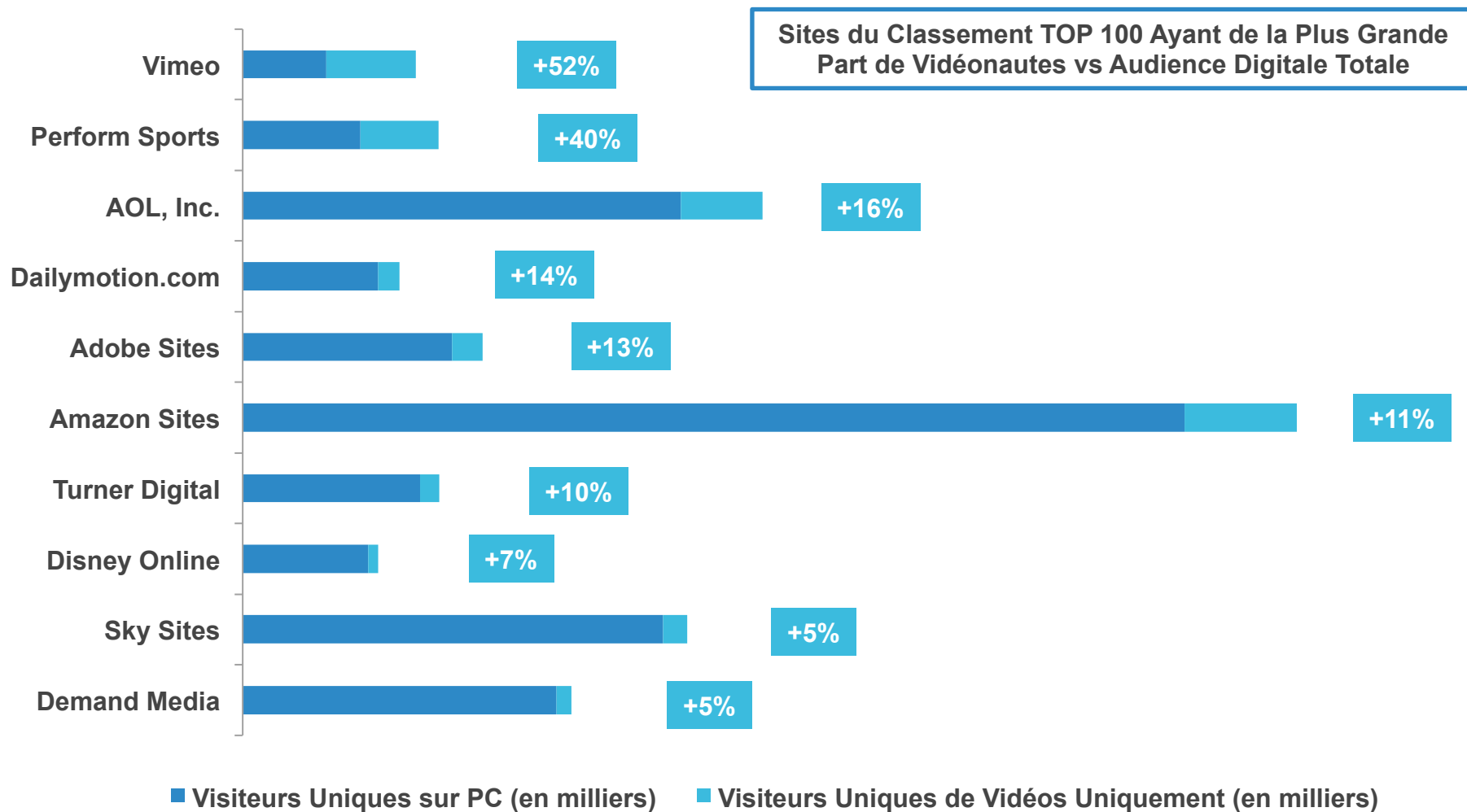
EN SAVOIR PLUS

Vous souhaitez présenter l'étendue réelle de vos supports à vos clients, en ajoutant les audiences mobiles et vidéo à votre audience web ? Pour en savoir plus sur MMX MP (Beta*) :

[www.comscore.com/MMX Multi-Platform](http://www.comscore.com/MMX_Multi-Platform)



Au UK, les Vidéos en Ligne Permettent aux Editeurs de Toucher une Audience Supplémentaire



#FutureinFocus

VIDÉO EN LIGNE



Vidéo sur Mobile est En Vogue cette Année

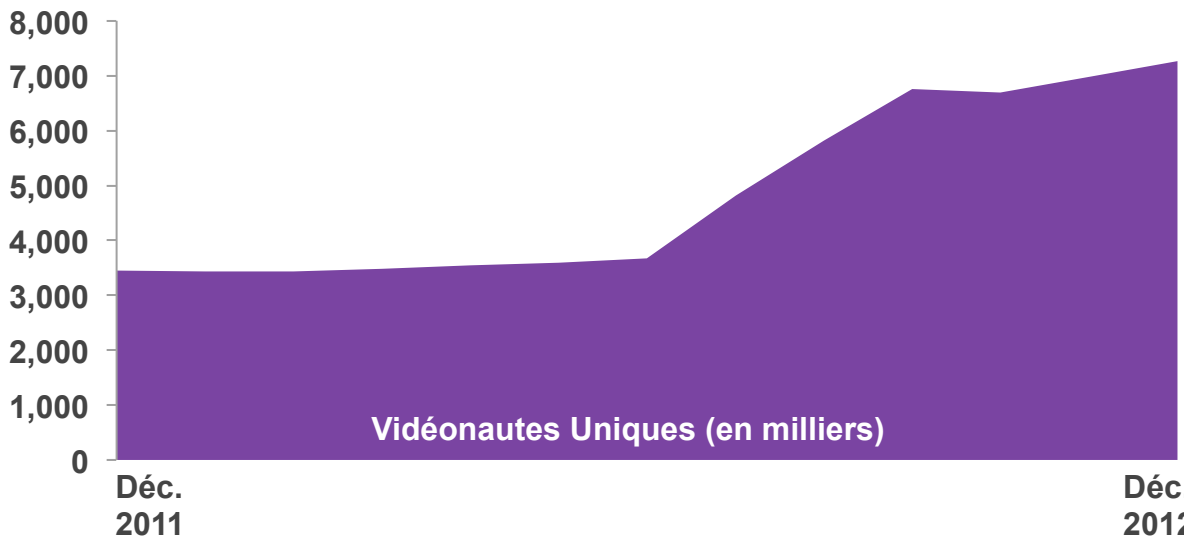
40,7 millions Vidéonautes sur PC vs 7,3 millions de Vidéonautes Mobiles



1%



Vidéo en Ligne via Mobile en France



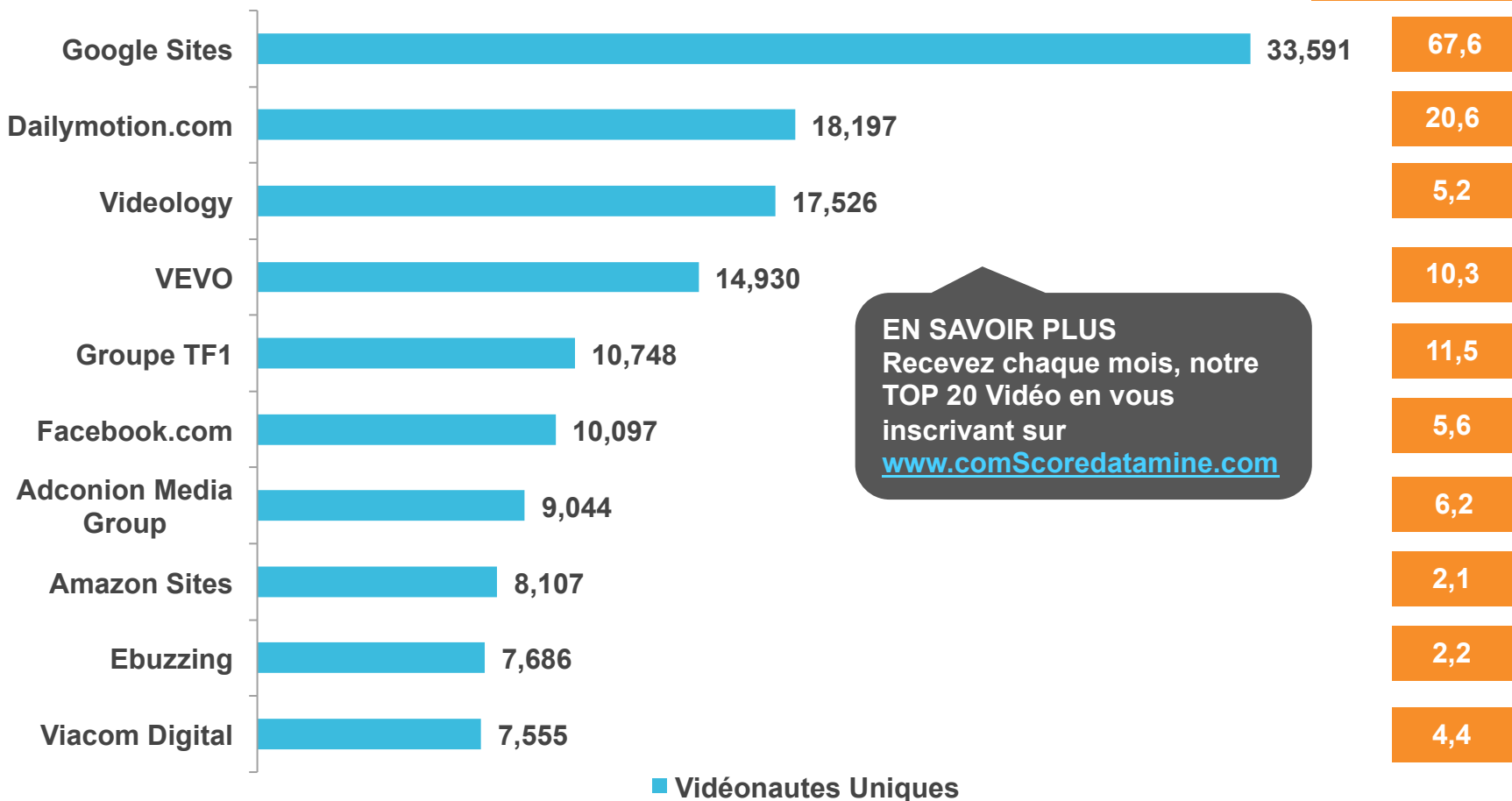
110%



Google Toujours Maître des Vidéos en Ligne

30% du Total des vidéos sont vues depuis YouTube

Classement des Propriétés de Vidéo en Ligne

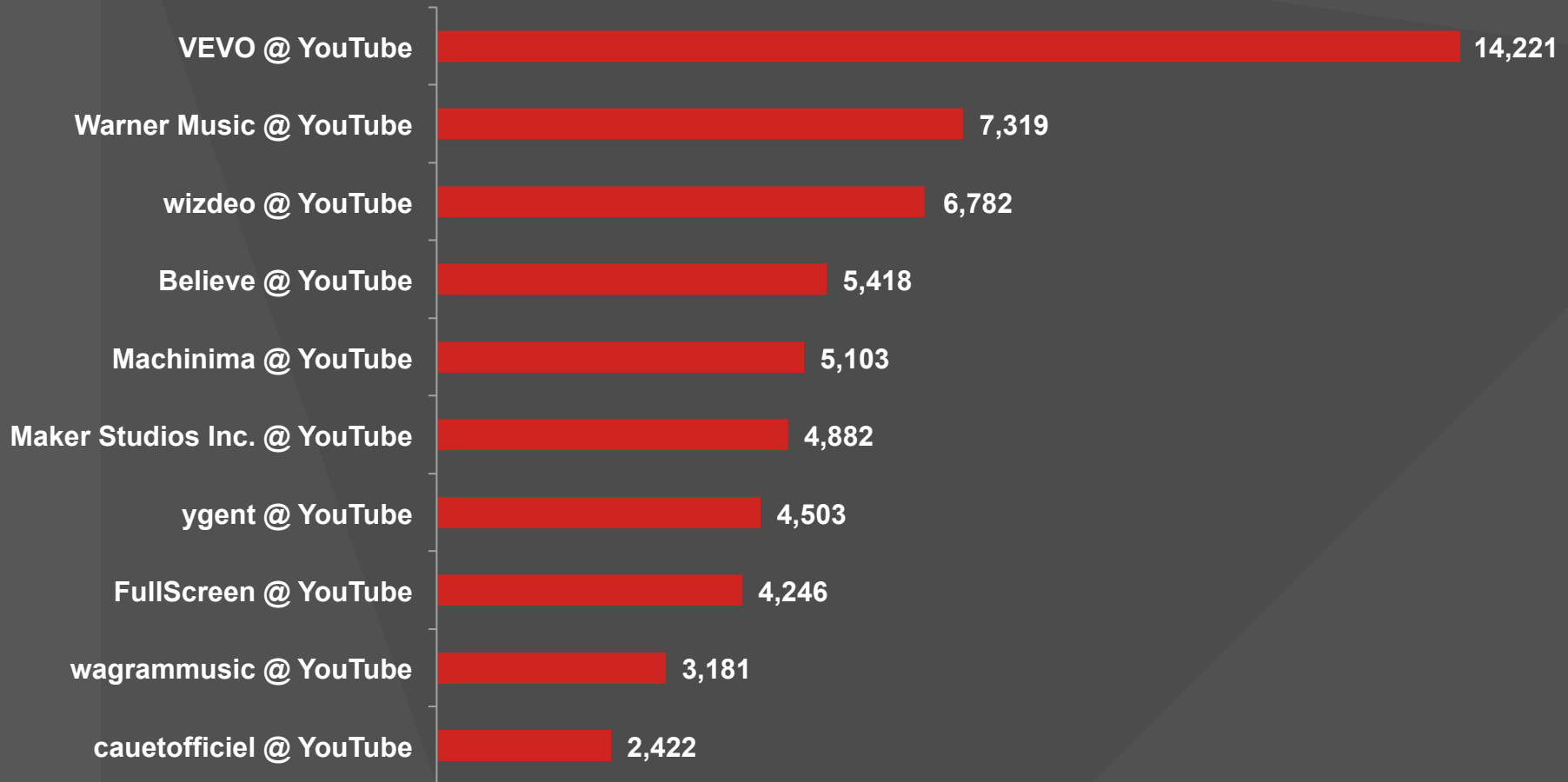


EN SAVOIR PLUS
 Recevez chaque mois, notre
 TOP 20 Vidéo en vous
 inscrivant sur
www.comScoredatamine.com

Qui Profite le Plus de YouTube ?



Classement des Partenaires YouTube en France
en Visiteurs Uniques (milliers)



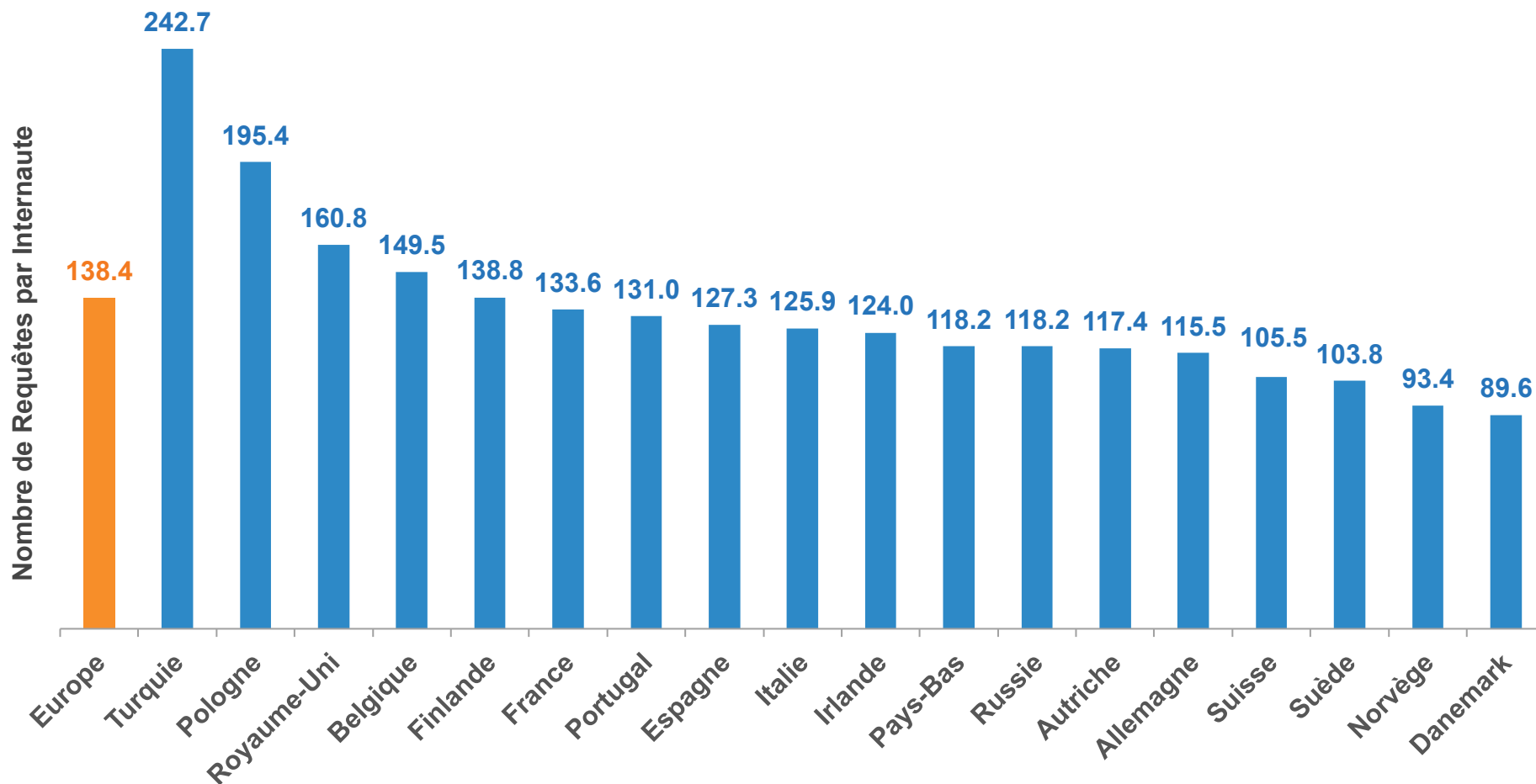
A large, light blue magnifying glass graphic is positioned in the upper right quadrant of the slide. The lens of the magnifying glass is centered on the text "#FutureinFocus".

#FutureinFocus

MOTEUR DE RECHERCHE

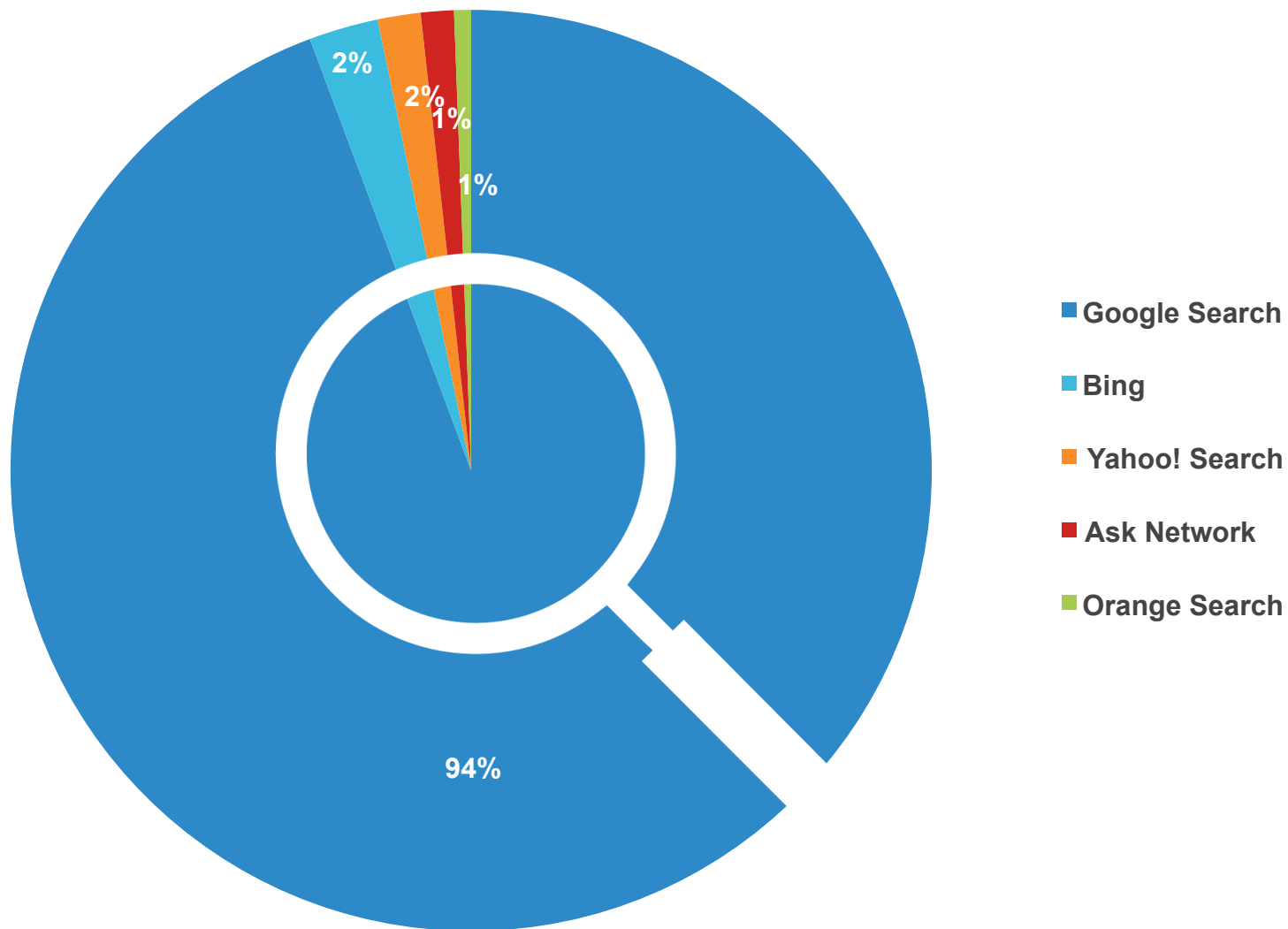
La Turquie Génère le plus de Requêtes en Europe

Un Français Effectue en Moyenne 134 Requêtes par Mois

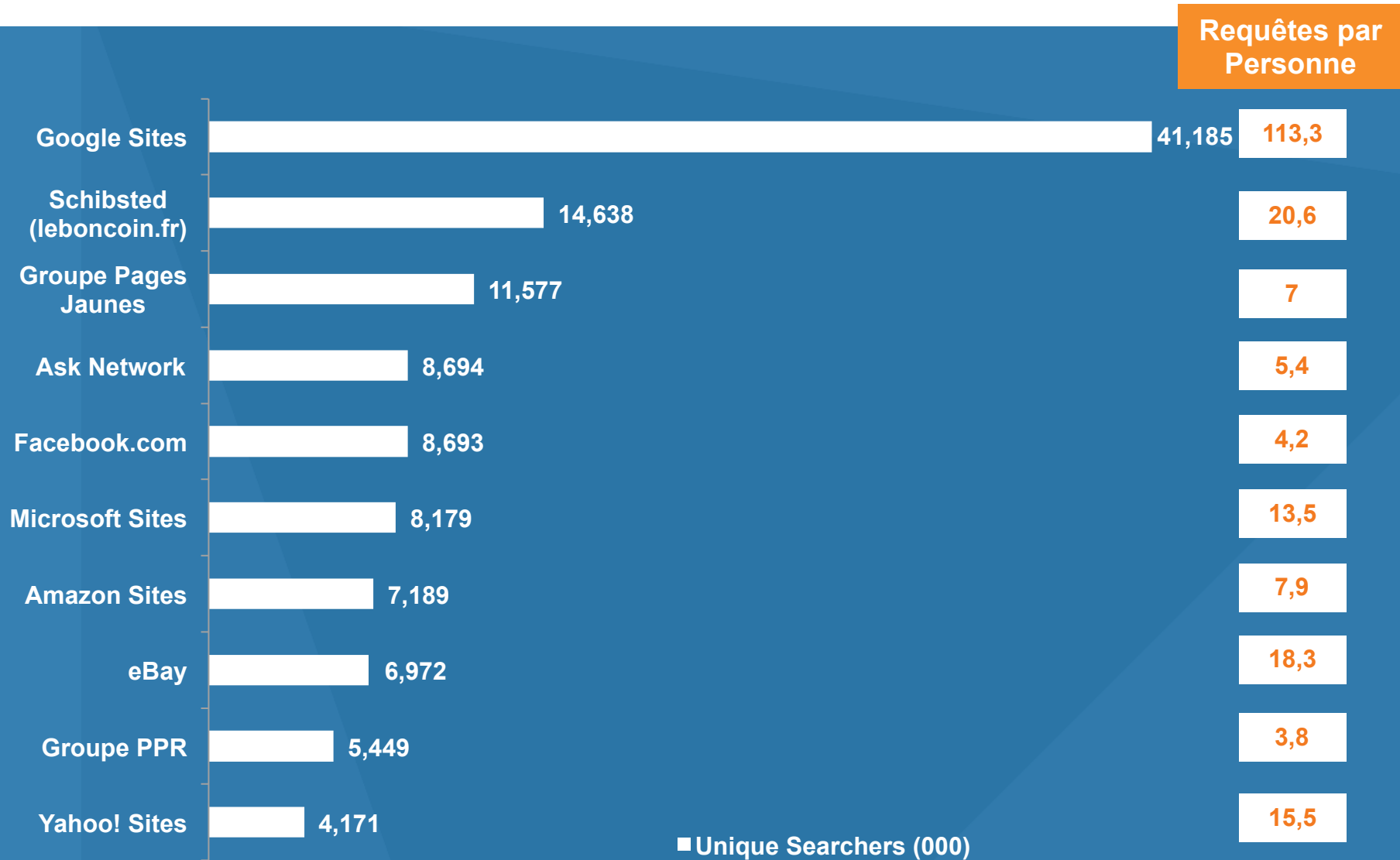


Google, Incontournable en France avec 94% de Part de Marché

Pourcentage
sur le Nombre de Requêtes



En France, les Requêtes se font aussi sur Leboncoin.fr ou Les Pages Jaunes, pas uniquement sur les Moteurs de Recherche



#FutureinFocus

PUBLICITÉ DISPLAY

Classement des Premiers Annonceurs en France

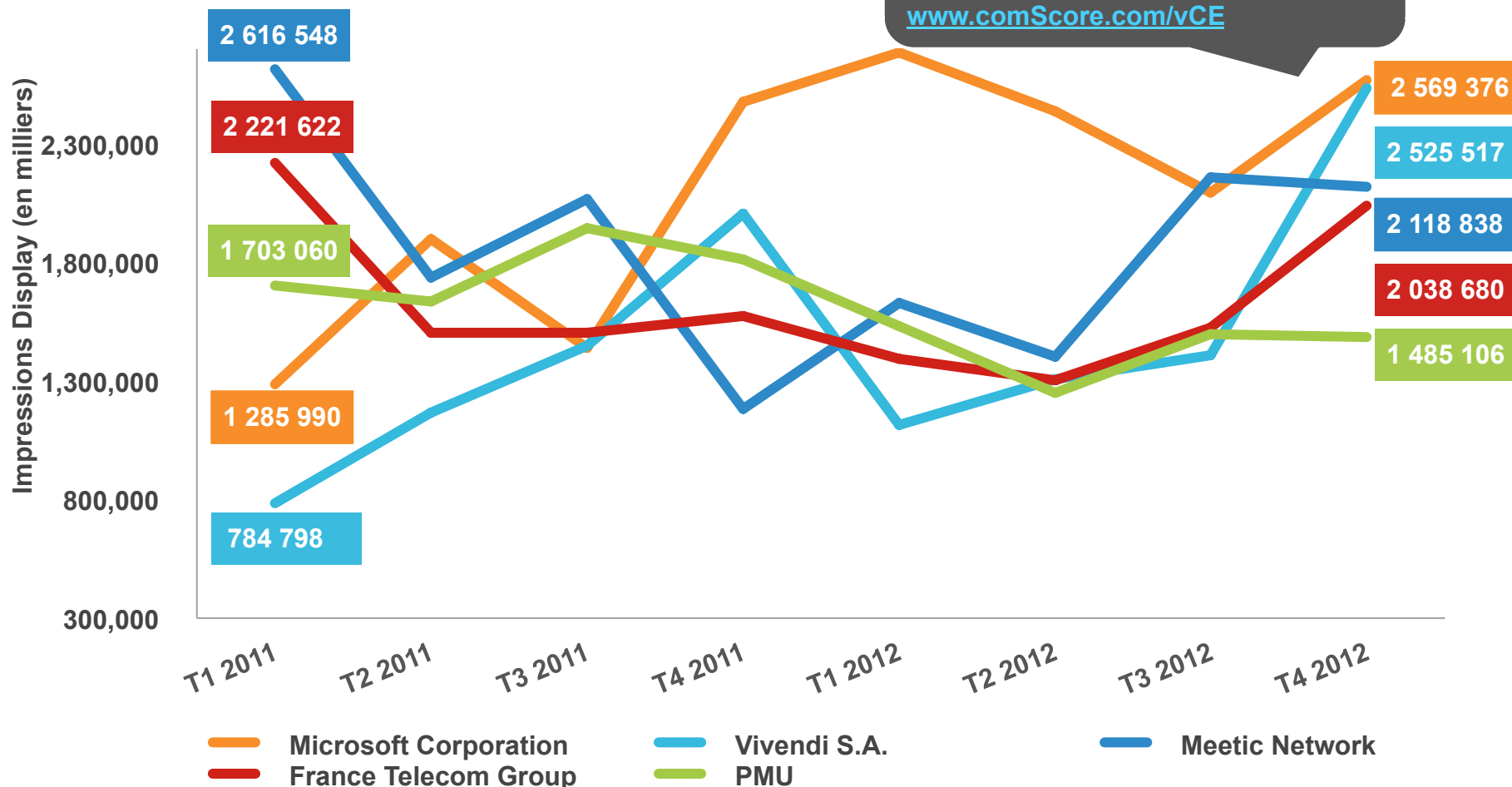
Plus de 784 milliards d'Impressions Display Délivrées en France en 2012

Top 5 des Annonceurs Display en France

EN SAVOIR PLUS

Vos publicités sont-elles vues par la bonne cible? Pour en savoir plus sur ce nouvel indicateur 'Visibilité' :

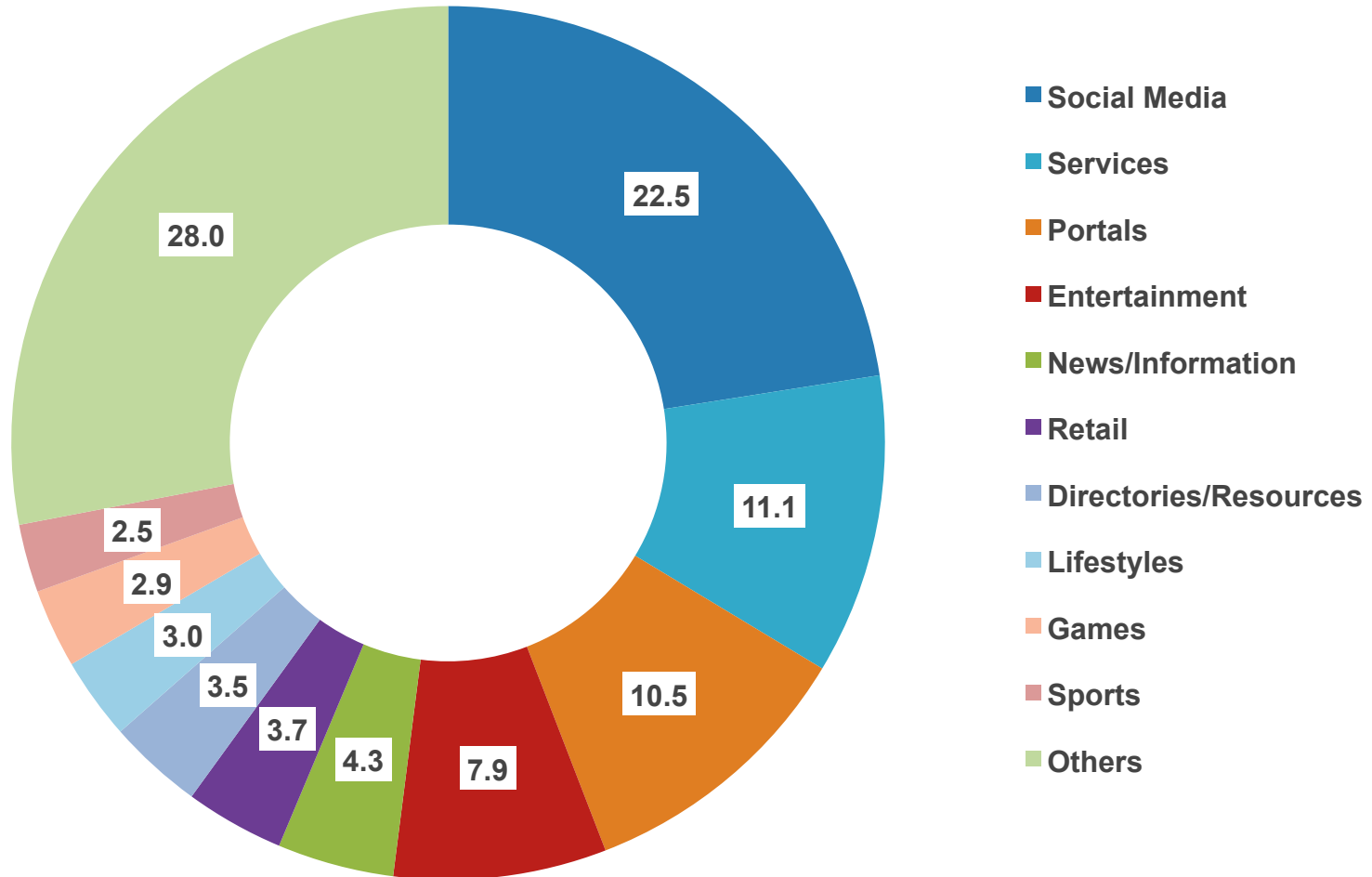
www.comScore.com/vCE



Catégories de Sites Support Générant le plus d'Impressions Display en France

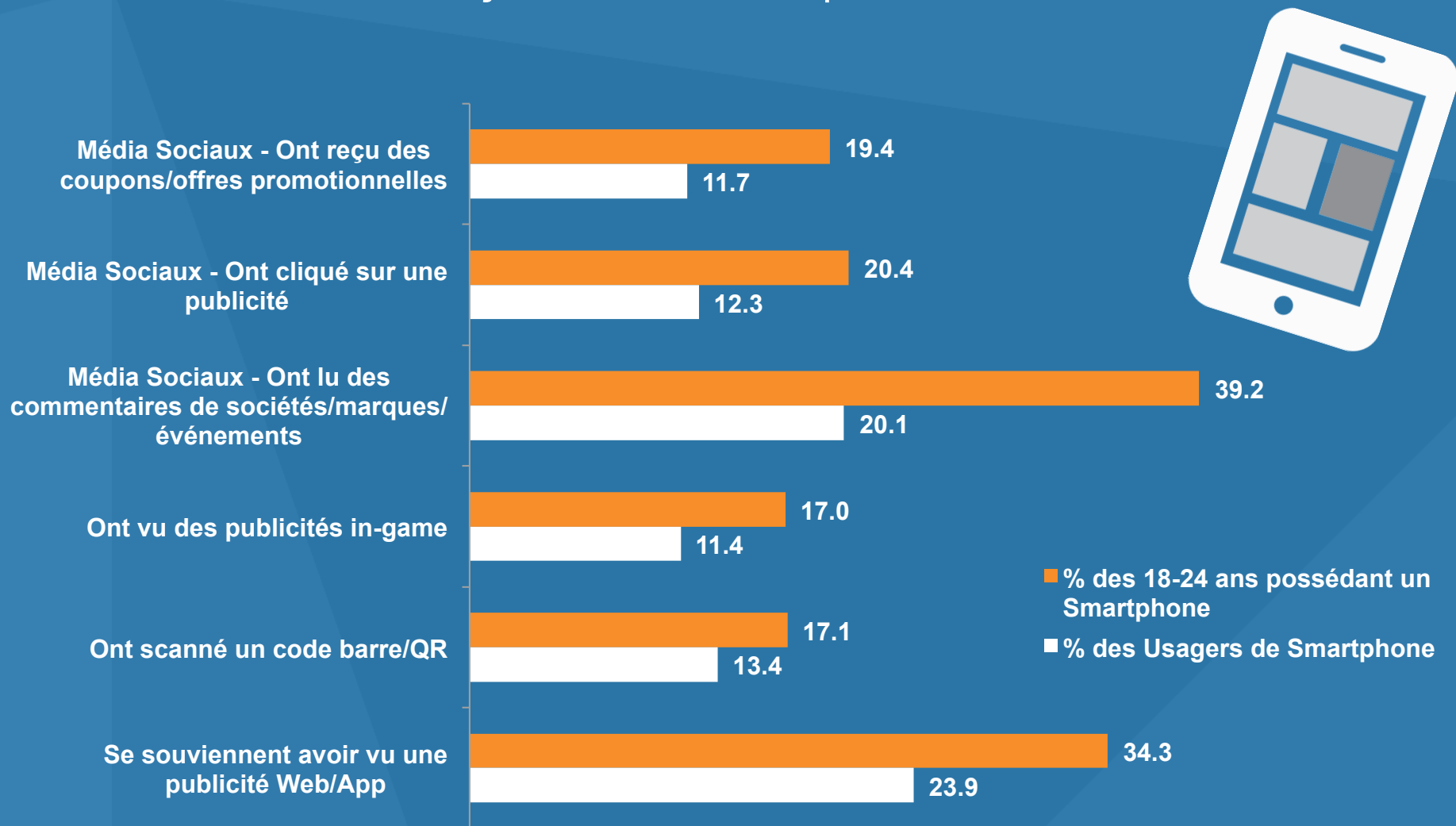
Les Média Sociaux Attirent la plus Grande Part de Publicités Display

Classement de Catégories en % d'Impressions Display en France



Publicité sur Mobile – Plusieurs Formes Décollent

Les Jeunes Adultes Français les Plus Réceptifs à la Publicité sur Mobile



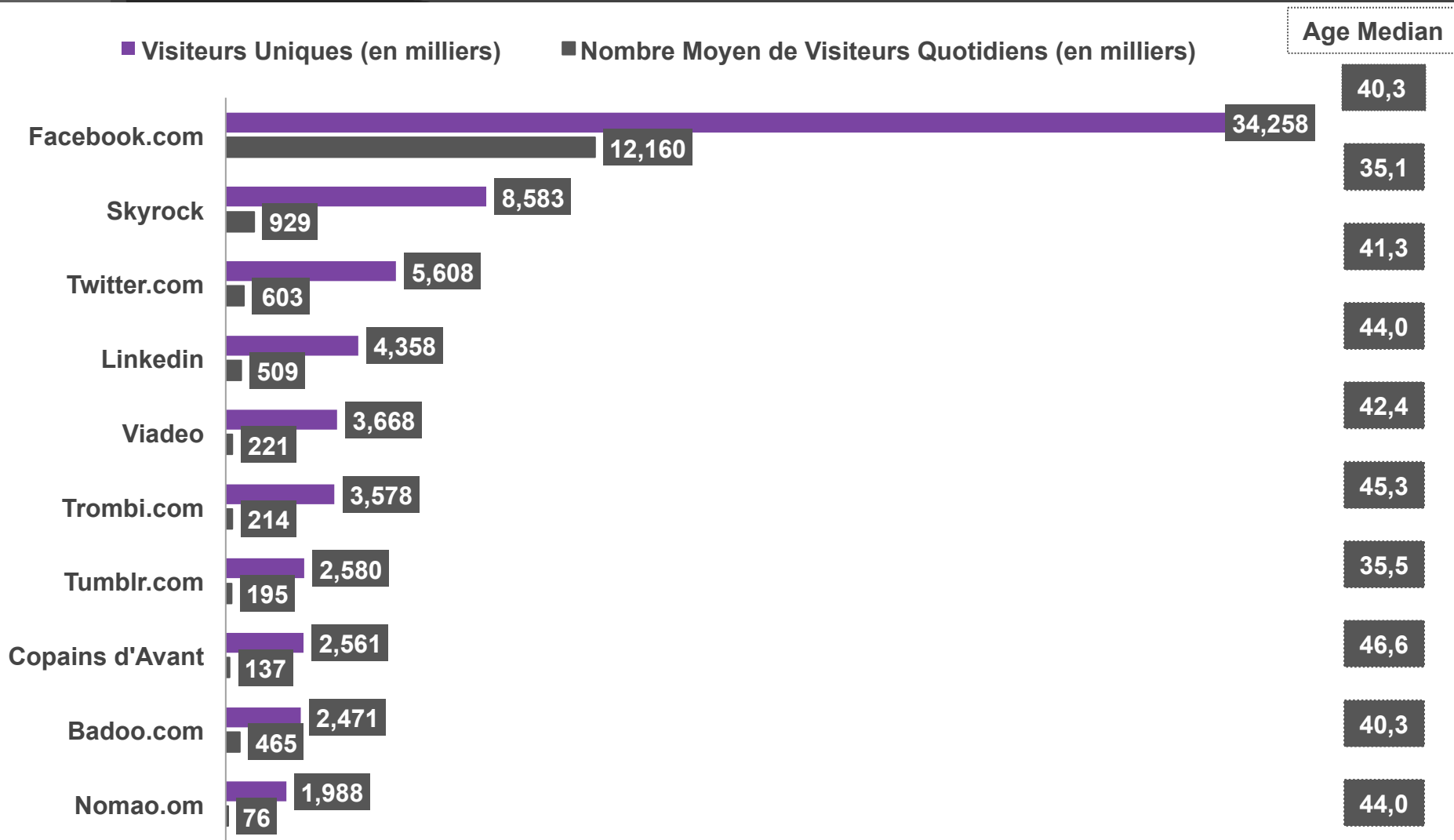
#FutureinFocus

**COUP DE PROJECTEUR SUR LES ...
RÉSEAUX SOCIAUX, SENIORS ET RETAIL**

RÉSEAUX SOCIAUX – TOUJOURS ET PARTOUT

Facebook et Skyrock en Tête des Réseaux Sociaux en France

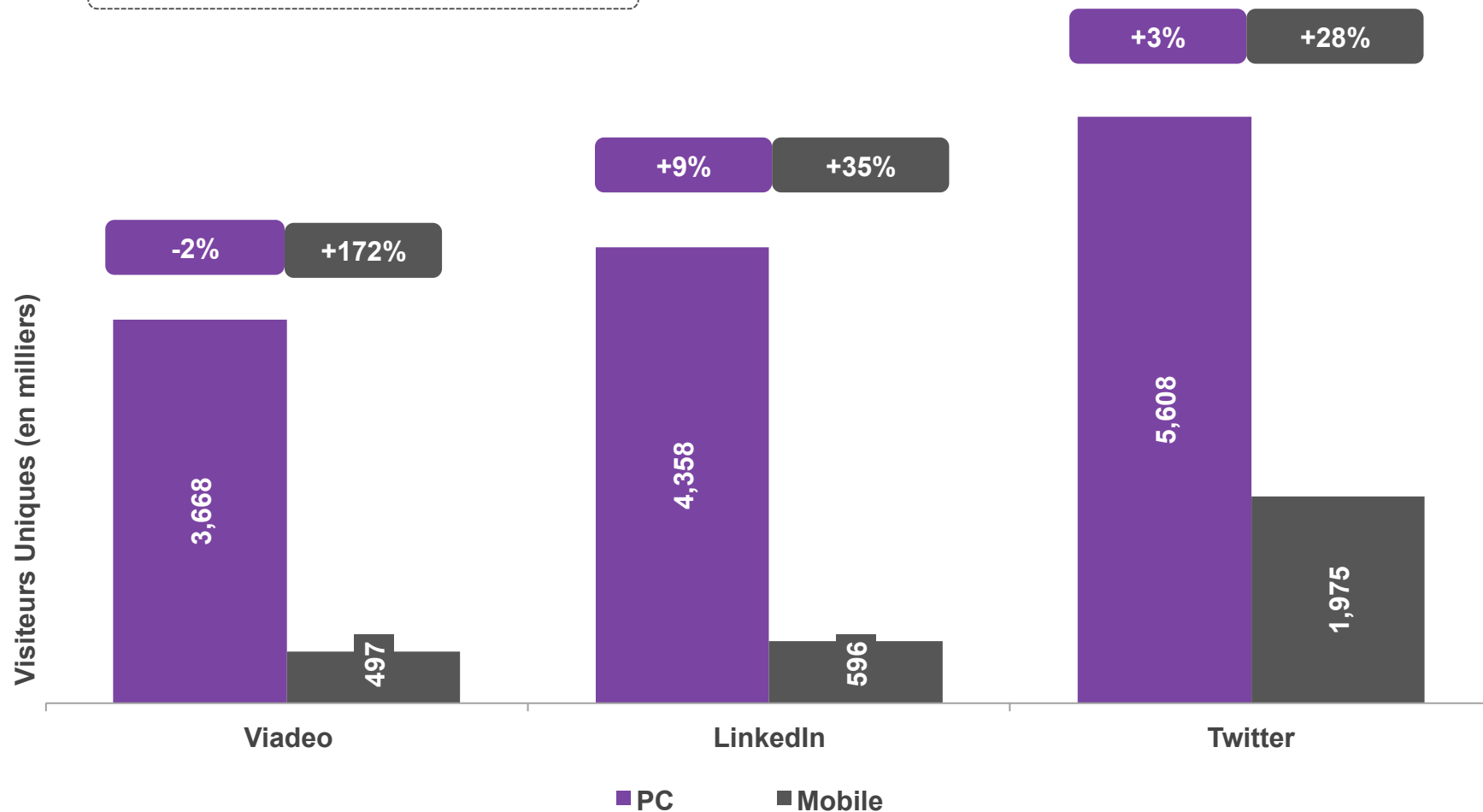
Une Cible Clairement Prononcée par l'Age Médian des VUs Observé



Réseaux Sociaux Clés en France

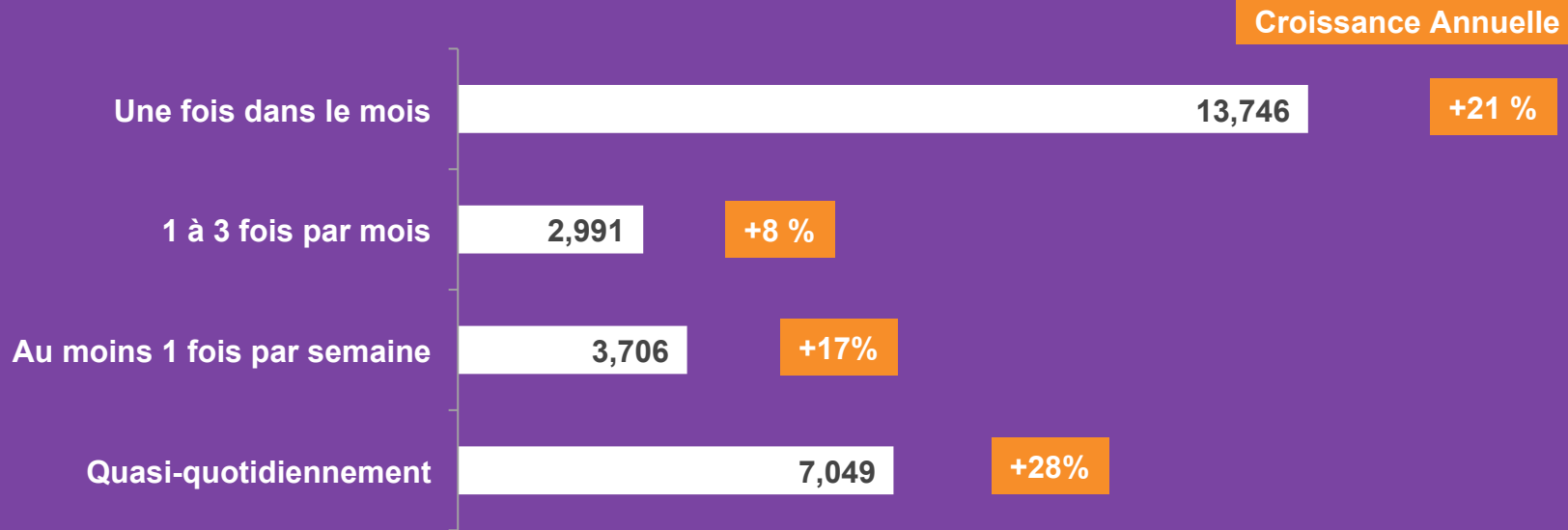
La Direction 'Mobile' est clairement donnée

Croissance sur le 2ème semestre 2012



Le Mobile, Incontournable pour l'Utilisation des Réseaux Sociaux

Fréquence d'Accès aux Sites de Réseaux Sociaux via Mobile

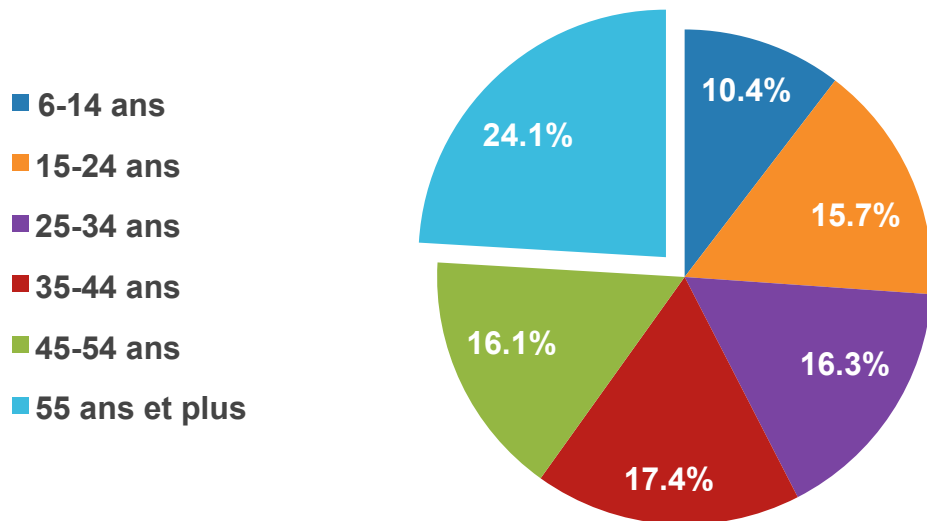


Part des Mobinautes sur Réseaux Sociaux



LES SENIORS SUR LE WEB

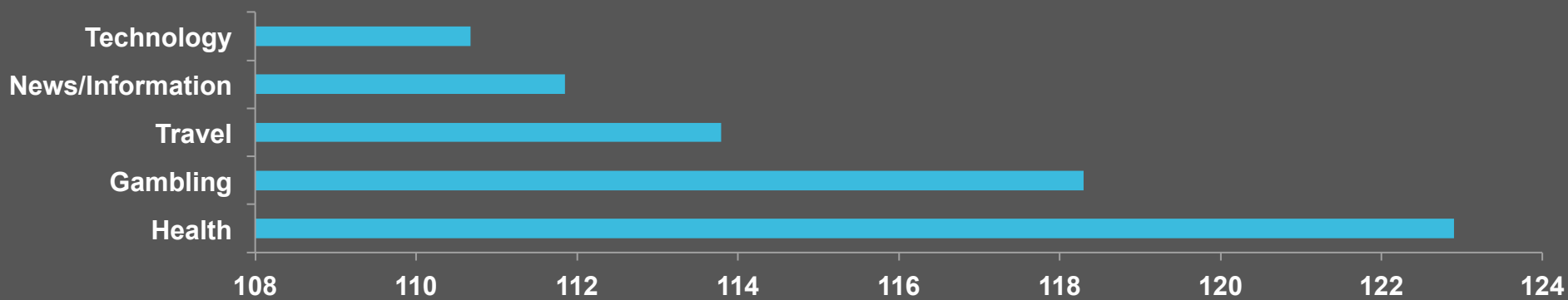
LES SENIORS – Cibler la Plus Large Audience en France ?



FRANCE

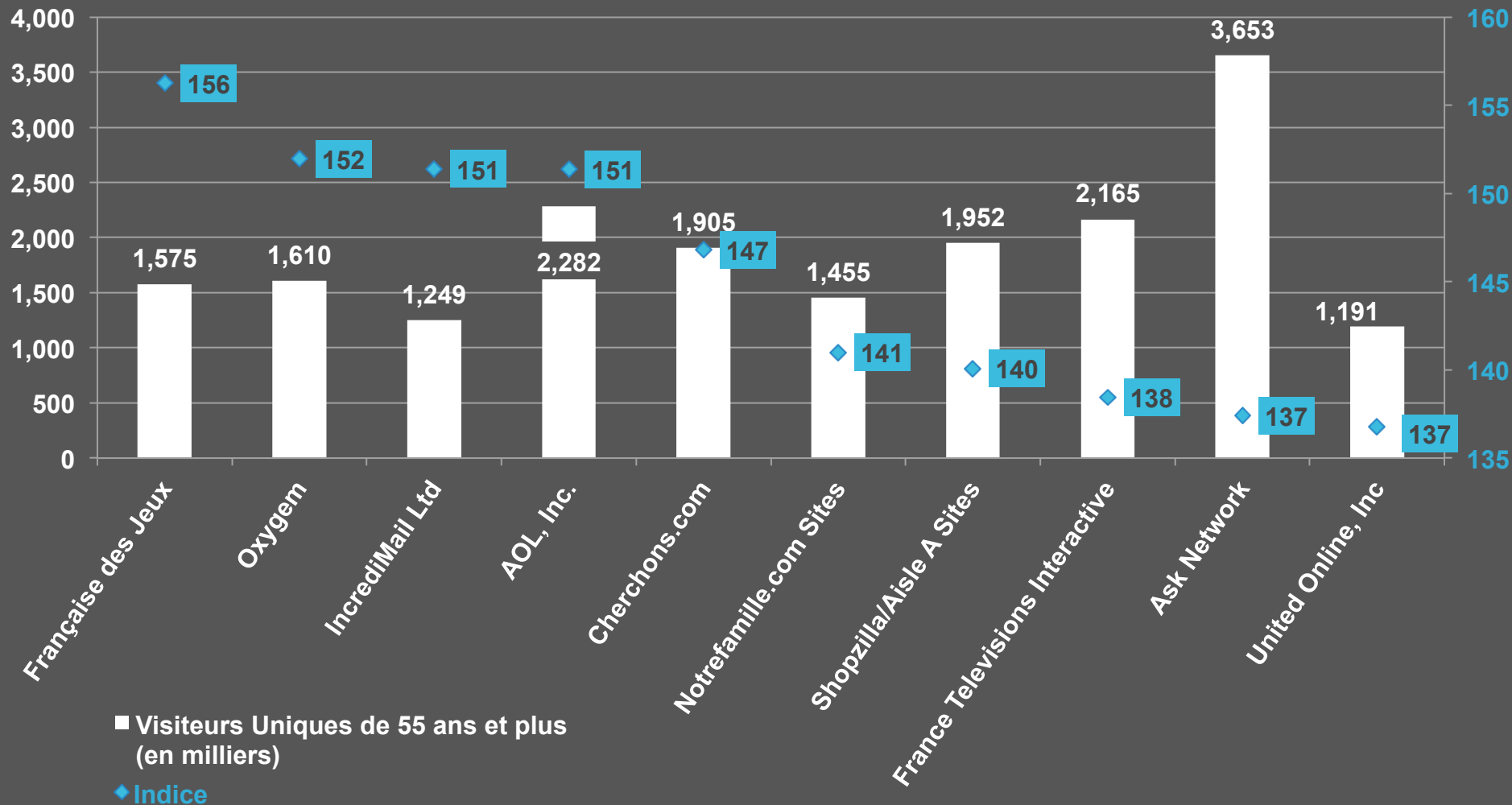
Le nombre d'internautes de plus de 55 ans a augmenté de 5 % en un an pour atteindre 11,6 millions de personnes en décembre 2012. En termes de temps passé total, l'évolution monte à 8,6%.

Indice* sur les 55 ans et plus – Propension par rapport à l'Audience Internet Totale en France



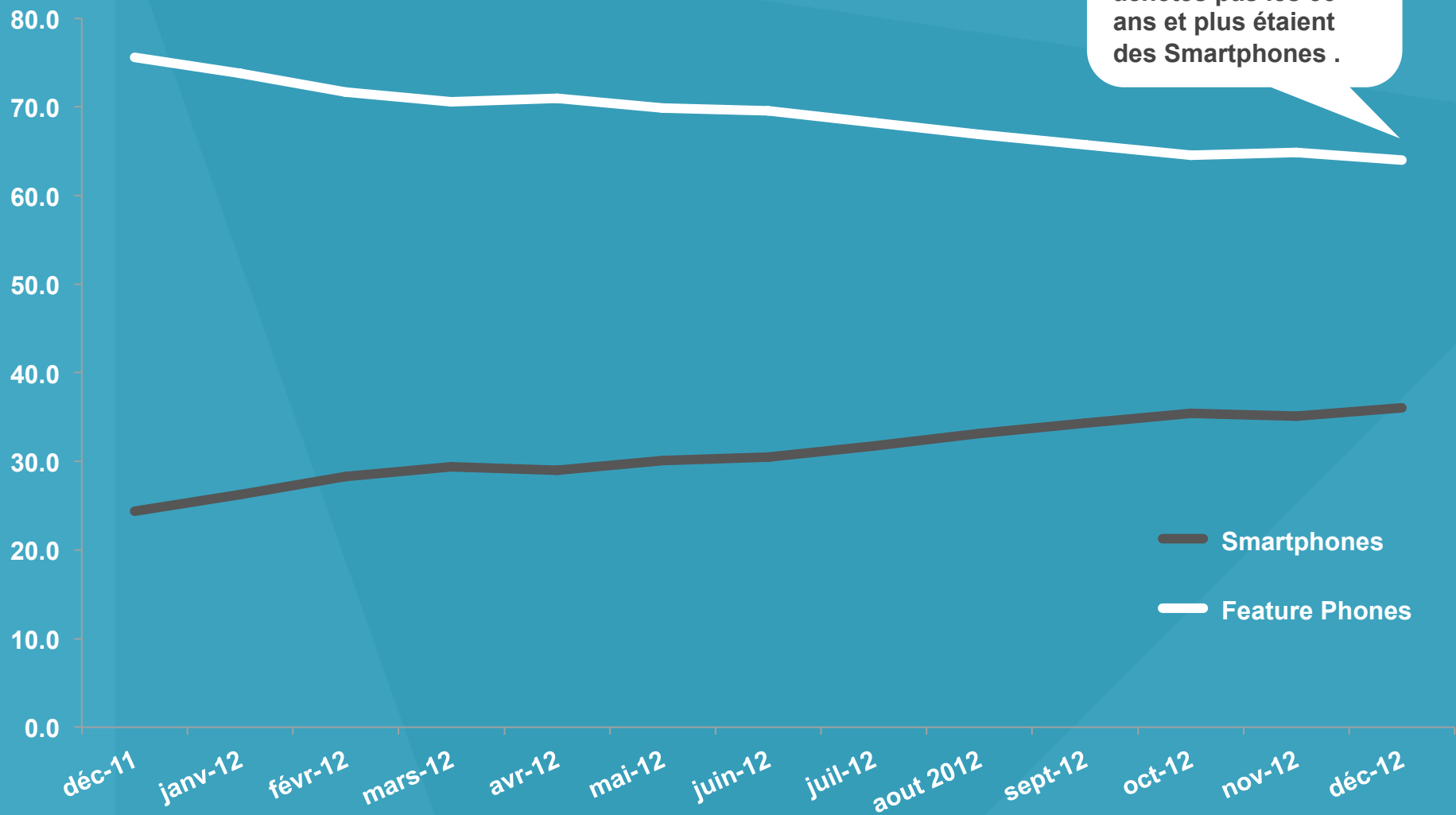
Les Seniors Tentent Leur Chance

La Française des Jeux Attire une Grande Partie des 55 ans et plus



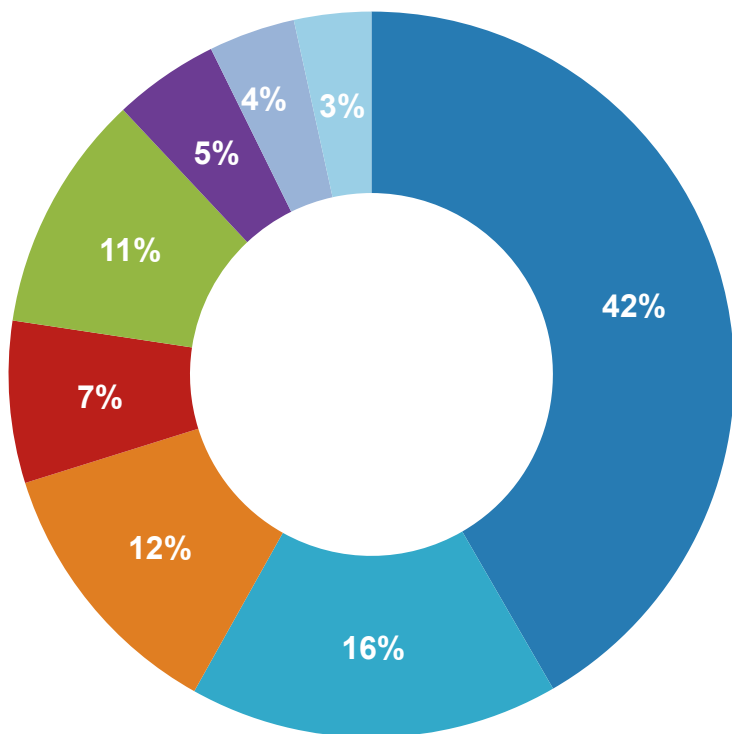
Les Seniors se Rééquipent en Smartphones

FRANCE
En Décembre 2012,
54,3% des devices
achetés pas les 55
ans et plus étaient
des Smartphones .

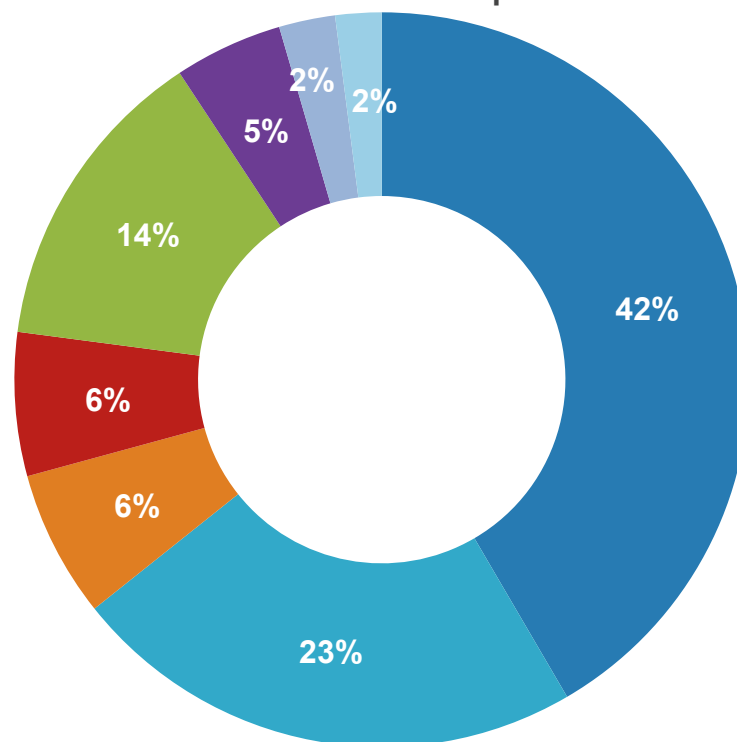


Nokia toujours très Apprécie par les Plus Agés

Part des Constructeurs en France



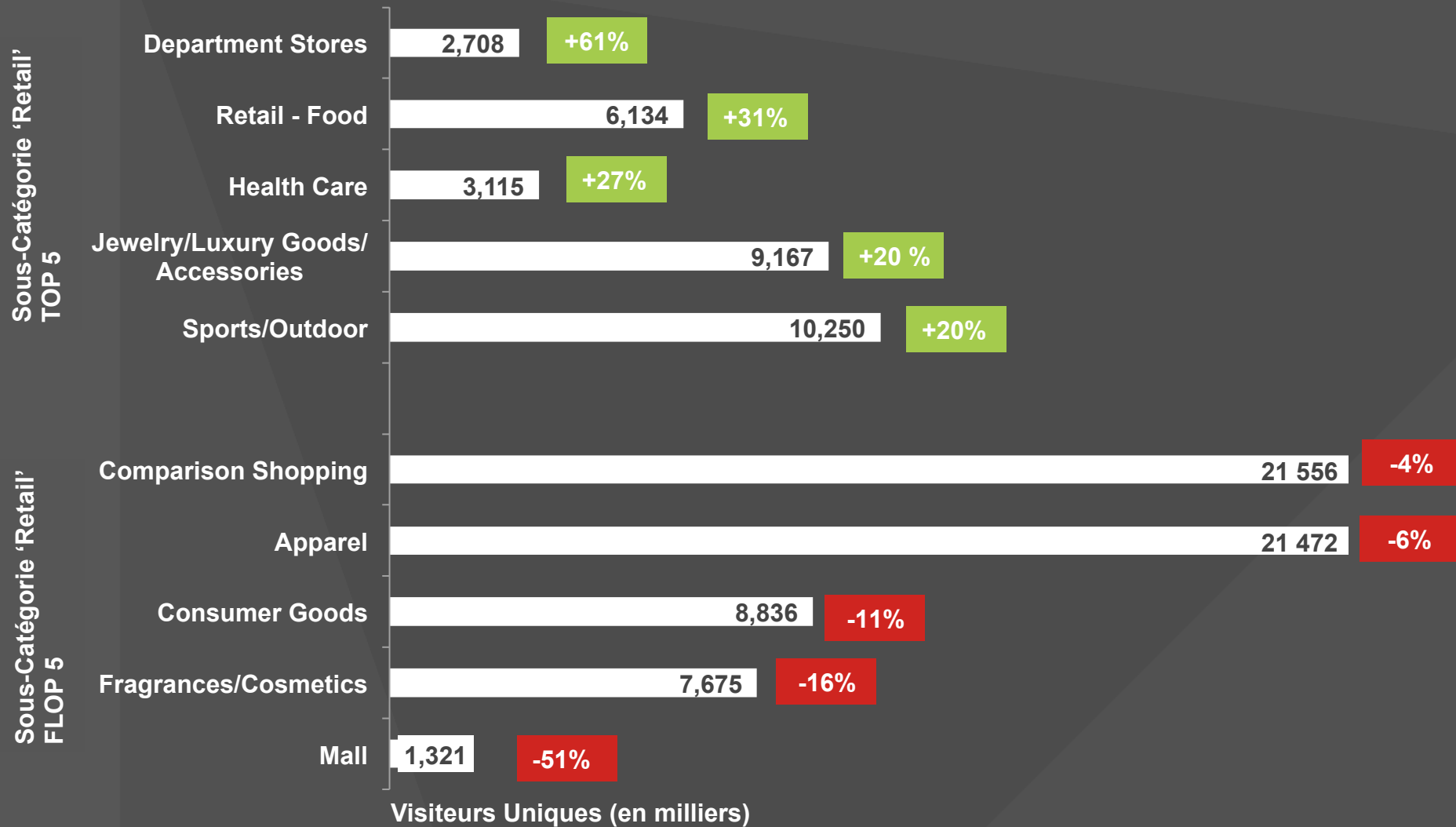
Part des Constructeurs en France chez les 55 ans et plus



■ Samsung ■ Nokia ■ Apple ■ Sony ■ Autres ■ LG ■ RIM ■ HTC

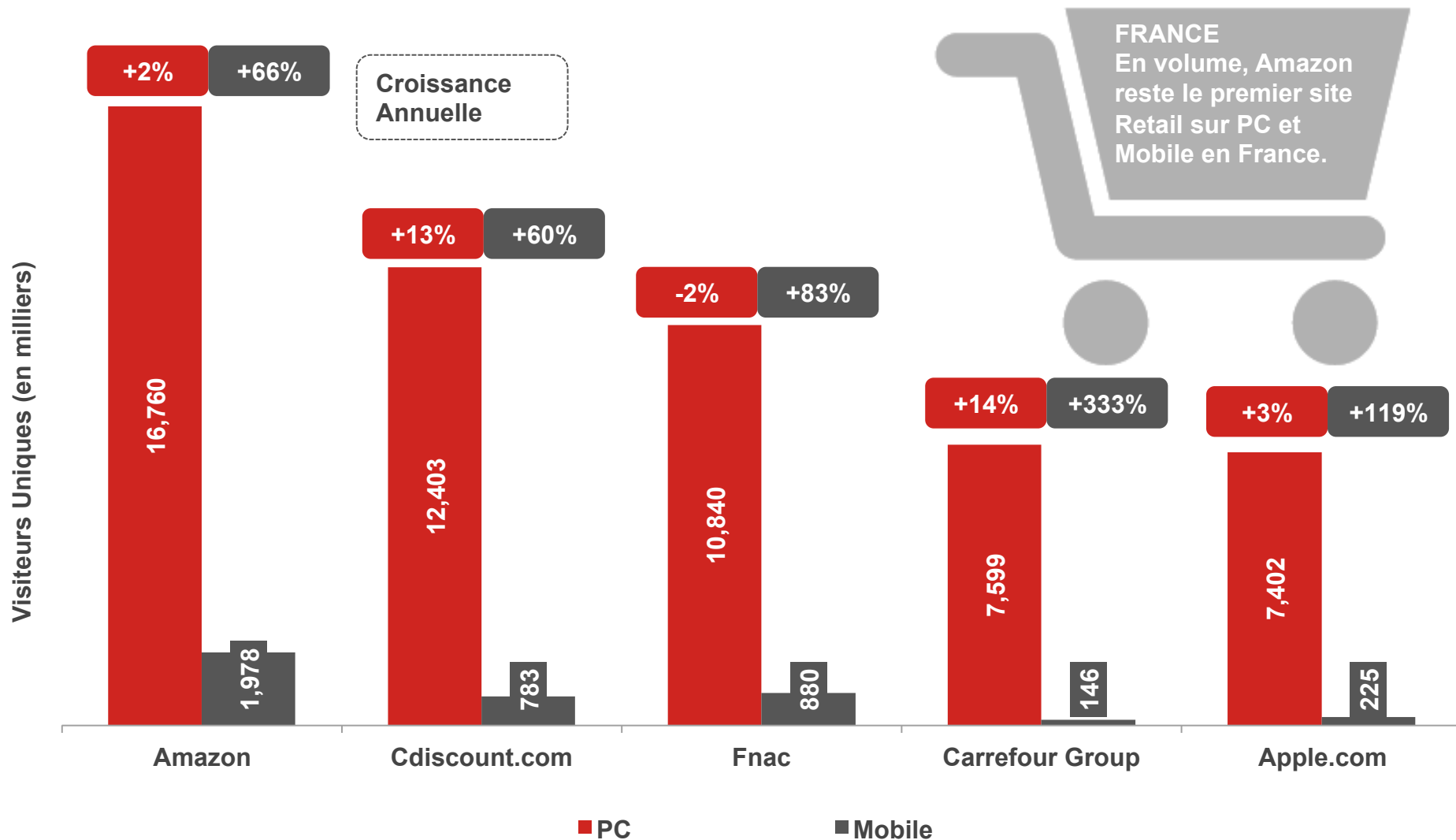
TOUS LES SUPPORTS MÈNENT AU RETAIL

Retail : Visiteurs des Grands Magasins en Pleine Croissance, Ceux des Centres Commerciaux en Chute Libre



Commerce Digital : Le Mobile est clairement Devenu Stratégique

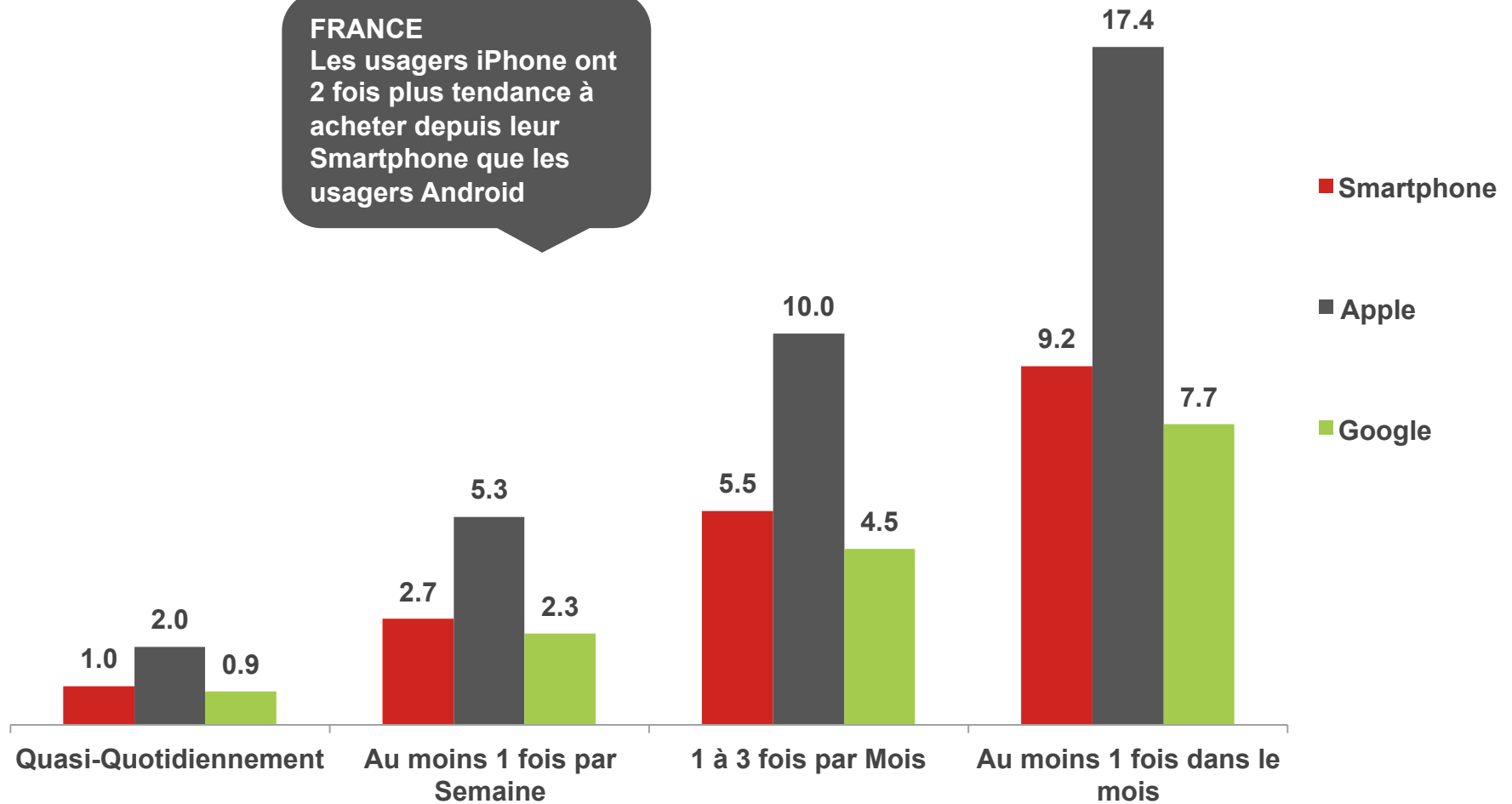
Carrefour veut Rattraper son Retard sur le Digital et M-Commerce



iPhone : Ami Préféré des M-Acheteurs

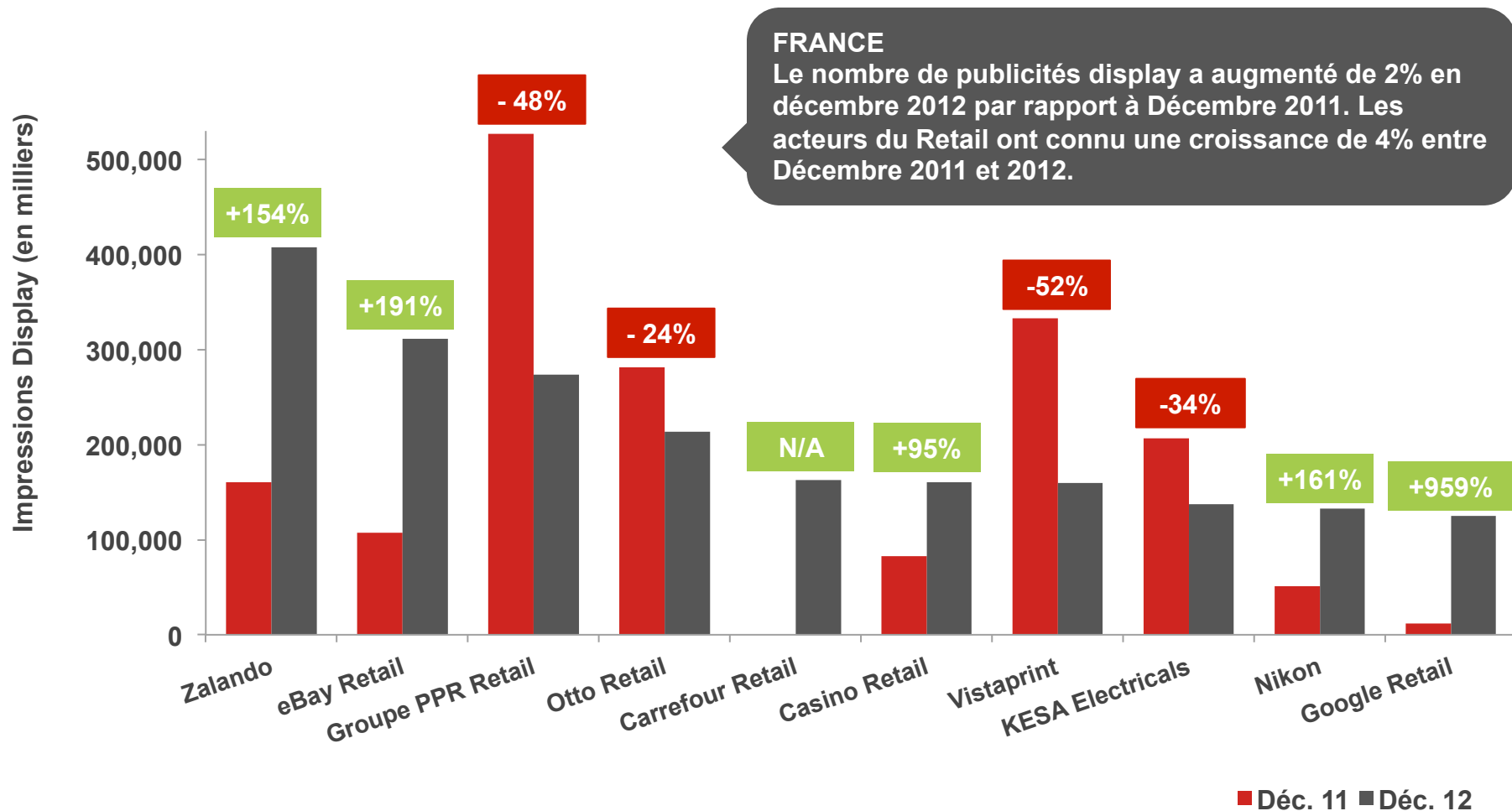
1 Usager iPhone sur 6 Achète depuis son Smartphone

FRANCE
Les usagers iPhone ont
2 fois plus tendance à
acheter depuis leur
Smartphone que les
usagers Android



Plus de Publicités Display pour les Sites Retail en France

Zalando, eBay, Groupe PPR en Tête des Annonceurs Retail en France



Tendances du Retail sur Mobile

1. ACHAT

9,2% des usagers de Smartphone achètent un produit ou service depuis leur device. Prix par produit et budget mensuel dépensé augmentent rapidement.

2. SHOWROOMING

Le Smartphone, meilleur compagnon pour trouver un magasin ou comparer les prix, accompagne le consommateur dans toutes les étapes de l'achat.

3. PARTAGE

Les Mobinautes utilisent les réseaux sociaux pour informer leur amis de leurs achats ou vérifier la disponibilité des produits en magasin.

TOP 3 Activités Retail sur Smartphone



13%

Trouver

Chercher un Magasin



16%

Comparer

Prix des Produits



13%

Rechercher

Caractéristiques Produits

#FutureinFocus

CONCLUSIONS

POUVOIR ADAPTER SES ANALYSES

L'année écoulée a confirmé l'intégration des média digitaux dans notre quotidien, tant personnel que professionnel. Les français se détachent des plateformes en utilisant comme bon leur semble la plateforme et le device adapté au contenu consommé. Ainsi, ils commenceront par exemple, à visualiser un film à la maison depuis leur téléviseur, le poursuivre dans les transports en commun depuis leur Smartphone pour le finir en soirée sur leur tablette.

Summum de la commodité pour les consommateurs, cela peut réellement devenir un casse-tête côté 'mesure d'audience' et 'analyse publicitaire'. comScore s'est préparé à ce bouleversement en se positionnant comme source fiable pour comprendre les habitudes cross-plateformes des consommateurs et permettre l'unification de toutes ces données multiplateformes.

Les consommateurs ont déjà adopté diverses plateformes et devices – à vous maintenant, professionnels du Digital, de suivre ce chemin si vous voyiez l'intérêt d'avoir une vision unifiée, multiplateformes des comportements de vos consommateurs.



SEULES LES IMPRESSIONS VALIDEES COMPTENT

En France, plus de 784 milliards d'impressions ont été délivrées en 2012 sur le web, soit 5 % de plus que l'année précédente, illustrant bien la confiance qui s'instaure vis-à-vis du média Digital d'atteindre de réels résultats.

Il est certes important de s'assurer de la bonne diffusion de ses publicités ; les annonceurs n'ont néanmoins pas à sacrifier la quantité pour la qualité du fait de négocier un prix premium pour une meilleure visibilité ou de meilleures performances. Ils peuvent utiliser plus de Rich media, expérimenter de nouveaux formats ou exiger la validation de leurs campagnes en termes de visibilité.

L'étude réalisée par comScore en 2012 auprès de 14 annonceurs sur 8 pays européens visant à analyser l'impact des impressions display a démontré qu'en moyenne 3 publicités sur 10 sont délivrées, mais pas vues par leur audience cible. Il est plus que jamais critique pour les annonceurs de mesurer la visibilité de leurs campagnes pour en optimiser la diffusion et le retour sur investissement publicitaire.

Pour profiter de meilleures performances, préparez-vous à voir un changement de comportement des annonceurs vis-à-vis de la fiabilité et des éditeurs vis-à-vis du design de leur site internet et de leur inventaire.



- La France compte 48M d'internautes en décembre 2012, +1% par rapport à l'année dernière
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- Les internautes français passent en moyenne 27,7 heures en ligne par mois, la moyenne européenne est de 26,9h
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- La vidéo décolle sur #mobile : +110% en audience sur 1 an
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- 71% des #mobiles achetés en décembre 2012 sont des Smartphones
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- Google Android détient 48% de part de marché des Smartphones en France
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- 4 millions d'utilisateurs de Smartphones français possèdent également une tablette en Décembre 2012
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- Le shopping en ligne attire 8 internautes français sur 10 en Décembre 2012
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- 9,2% des possesseurs de Smartphones français ont acheté un produit ou service via leur Smartphone
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- Près de 7,5% du trafic web provient désormais des #mobiles ou tablettes
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- Plus de 784 milliards d'impressions display diffusées en France en 2012
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- VEVO, 1ère chaîne Youtube en France, Warner Music et Wizdeo en 2^{ème} et 3^{ème} place
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- Un français effectue en moyenne 134 requêtes #Search par mois
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus
- +28% en 6 mois pour l'audience #mobile de Twitter en France
<http://cmssc.re/hGKMc> #FutureinFocus

#FutureinFocus

MÉTHODOLOGIE

Méthodologie et Définitions

Les données de ce rapport sont issues de divers produits de comScore, dont comScore MMX, comScore qSearch, comScore Ad Metrix, comScore Video Metrix, comScore MobiLens, comScore Device Essentials.

comScore MMX

La gamme de produits syndiqués comScore MMX apporte des données sur l'audience en ligne et de média planning. Elle se base sur la mesure unifiée (UDM - Unified Digital Measurement) de comScore, méthodologie révolutionnaire qui combine à la fois les données panel et serveurs pour obtenir 100% de l'audience des sites.

comScore MMX fournit une vision complète de l'audience, avec des critères démographiques, comme l'âge, le sexe, le revenu ou la taille du foyer. MMX reporte sur plus de 250 000 entités, offrant des mesures d'audience sur 43 pays et 6 agrégats régionaux, dont le total Monde.

La gamme comScore MMX regroupe plusieurs produits utilisés dans ce rapport dont [comScore MMX Multi-Platform \(Beta\)](#), [comScore qSearch](#), [comScore Ad Metrix](#) et [comScore Video Metrix](#).

Pour plus d'informations, veuillez visiter :

http://www.comscore.com/fr/Produits/Audience_Analytics/comScore_MMX

Méthodologie et Définitions

comScore MobiLens

comScore MobiLens présente une image exhaustive du monde mobile, en fournissant des données démographiques et comportementales des utilisateurs mobiles et des informations sur les périphériques utilisés. Se basant sur une méthode de collecte de données propriétaire, comScore analyse des échantillons représentatifs des abonnés mobiles âgés de 13 ans et plus en Allemagne, Canada, Espagne, Etats-Unis, France, Grande-Bretagne, Italie et au Japon. L'échantillon de MobiLens est suffisamment large pour fournir des données projetées sur des sous-segments représentant pas moins de 1% des abonnés mobiles. Les données de ce rapport se basent sur l'analyse de près de 4 000 questionnaires complétés mensuellement en France en 2012. De plus, les données sur la moyenne de 3 mois représente un échantillon de 12 000 abonnés mobiles.

Pour plus d'informations, veuillez visiter :

http://www.comscore.com/fre/Produits/Audience_Analytics/MobiLens

comScore Device Essentials*

comScore Device Essentials fournit des informations sur le trafic digital issu de tous les devices dans le monde, en précisant les caractéristiques du périphérique, le type de connexion et la consommation par catégorie. Le produit est basé sur la méthodologie unifiée de comScore (UDM - Unified Digital Measurement), mesurant les pages vues des navigateurs issues des PC, mobile et autres devices connectés sur plus d'un million de domaines taggés comScore.

Pour plus d'informations, veuillez visiter :

www.comscore.com/Products_Services/Product_Index/Device_Essentials

A PROPOS DE COMSCORE

comScore, Inc. (NASDAQ: SCOR) est un acteur international de la mesure et l'analyse de l'audience digitale. La société fournit des données sur le comportement des consommateurs sur le web, le mobile et la Télévision Connectée permettant aux clients de maximiser leurs investissements en ligne.

Source privilégiée de l'informations marketing pour le media Internet, comScore offre un large éventail de solutions on-demand et services personnalisés, organisées sous 4 gammes de produits : Analyse d'audience, Analyse de la Publicité, Analyse de l'Activité Digitale, Analyse pour les Opérateurs Mobiles. Profitant d'une infrastructure technologique inégalée, le réseau de recensement comScore Census Network™ (CCN) collecte des milliards d'événements digitaux par mois propulsant le référentiel Big Data de ses clients à une échelle internationale. Aujourd'hui, comScore compte parmi ses clients des sociétés telles que AOL, Baidu, BBC, Best Buy, Carat, Deutsche Bank, ESPN, France Telecom, Financial Times, Fox, LinkedIn, Microsoft, MediaCorp, Nestlé, Starcom, Terra Networks, Universal McCann, Verizon, ViaMichelin et Yahoo!.

RESTEZ CONNECTE

www.comscore.com

www.facebook.com/comscoreinc

www.twitter.com/comScoreFR

www.linkedin.com/company/comscore-inc

www.youtube.com/user/comscore



#FutureinFocus

Tendances Clés du Digital en France et leur Impact pour l'Avenir

Email: france@comscore.com

Tél. : +33 1 79 97 03 80

Contact Presse : worldpress@comscore.com



www.comscore.com



www.facebook.com/comscoreinc



[@comScoreFR](https://twitter.com/comScoreFR)