

Etes-vous addict de votre téléphone mobile?

Paris, le 22 juin 2009 : La dernière étude de Lightspeed Research (www.lightspeedresearch.com), menée en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis montre que le téléphone portable est devenu un objet incontournable de la vie quotidienne. Alors que 92% des Français ont désormais un téléphone portable et qu'un nombre croissant de fonctionnalités sont mises à disposition du consommateur, **quels sont les usages actuels du téléphone mobile et les futures utilisations possibles de cet outil de communication ?**

Je dors avec mon portable allumé, est-ce grave docteur ?

Plus de deux tiers des Français (67,5%) conservent leur téléphone portable allumé la nuit. La majorité des Français, **62%, ont sur eux leur portable la plupart du temps** et le considèrent comme un outil utile tandis que 13% des Français estiment que leur téléphone mobile fait partie intégrante de leur vie et qu'ils seraient perdus sans lui. **Les plus jeunes (18-35 ans) sont plus nombreux à être très dépendants de leur portable, près de 18% se sentiraient perdus sans lui.** Seul 10,40% des Français oublient parfois qu'ils ont un portable ou oublient de l'allumer.

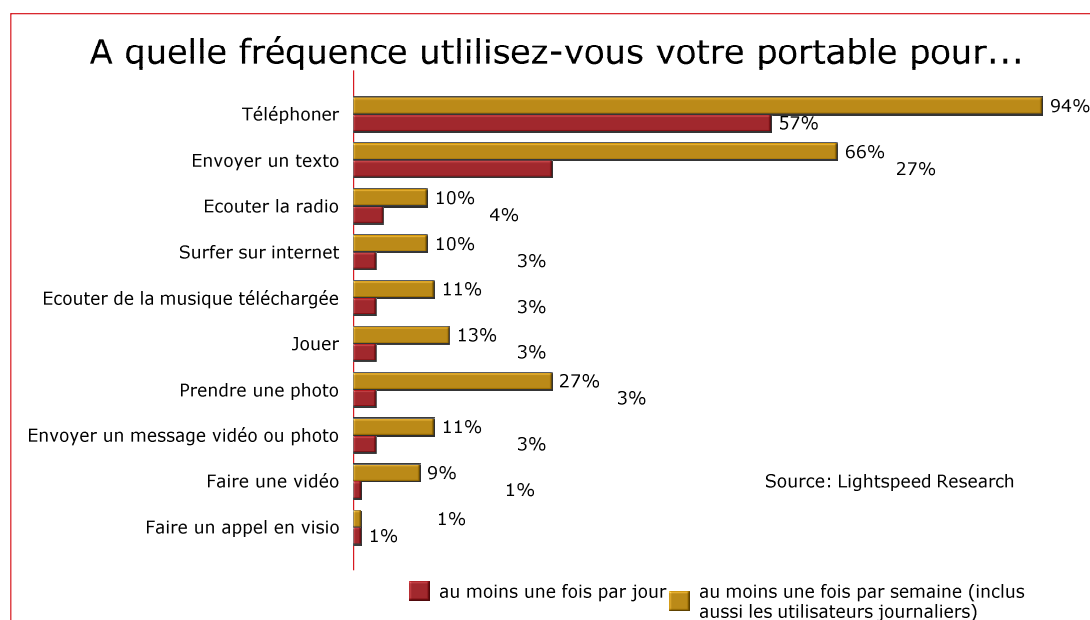
Cependant les Français restent plus modérés dans la relation qu'ils entretiennent avec leur mobile que les consommateurs anglais ou américains. **Près de la moitié des Américains, 49,5%, et 30% des Anglais affirment que leur téléphone mobile est un objet incontournable de leur vie dont ils ne peuvent plus se passer.**

Quel addict êtes-vous ?

De façon assez surprenante **seuls 57% des Français passent un appel au moins une fois par jour depuis leur téléphone portable** et 16% n'appellent avec leur mobile qu'une à deux fois par semaine.

Les 18-35 ans sont les plus adeptes du texto, 43% envoient un SMS au moins une fois par jour tandis que les 55-64 ans sont les plus nombreux à boudier ce service, 22% n'ont jamais recourt à cette fonctionnalité.

Prendre une photo fait aussi maintenant partie des usages courants, **74% des Français prennent des photos avec leur téléphone portable** mais la fréquence d'usage de cette fonctionnalité reste assez réduite : 46% des personnes interrogées utilisent cette option moins d'une fois par semaine.



Les mobiles n'en finissent pas de développer de nouvelles fonctionnalités mais quels sont les usages actuels et la fréquence d'utilisation de ces nouvelles options ?

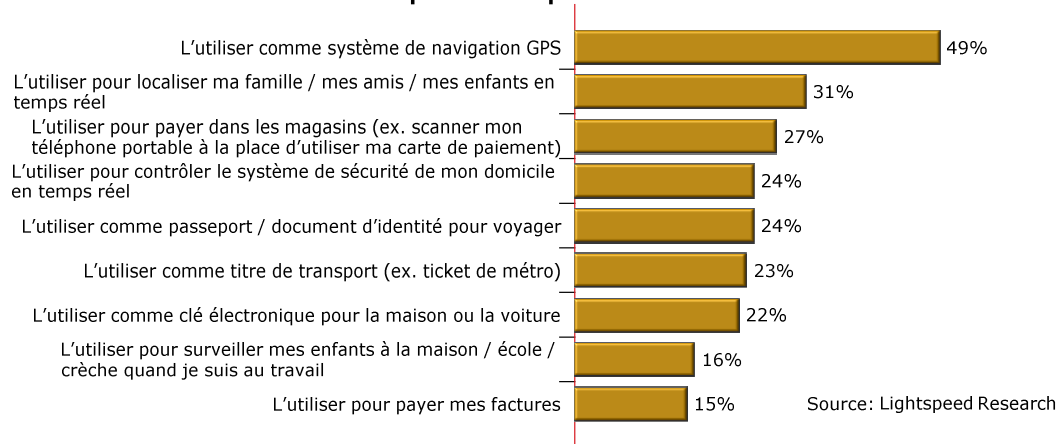
L'activité la plus populaire semble les jeux sur mobiles puisque 13% des Français y jouent au moins une fois par semaine et seuls 68% des personnes interrogées ne jouent jamais sur leur portable. **Parmi les 18-35 ans, plus de 21% jouent au moins une fois par semaine.**

En revanche les Français sont encore peu nombreux à surfer sur Internet à partir de leur mobile par rapport aux consommateurs des autres marchés étudiés. **Seuls 3,4% des Français consultent Internet via leur mobile tous les jours contre 14% des Américains et 9% des Anglais.**

Avec mon téléphone portable, je rêve de...

Les consommateurs ont aussi été interrogés sur ce qu'ils aimeraient être capables de faire avec leur téléphone portable.

Qu'aimeriez-vous être capable de faire avec votre téléphone portable ?



Dans tous les pays étudiés, **la fonctionnalité la plus populaire serait de pouvoir utiliser le portable comme système de navigation GPS**. En effet, 49% des Français aimeraient bénéficier de ce service, 44% des Allemands, 43% des Anglais et 38% des Américains.

Etre capable de localiser sa famille, ses amis et ses enfants en temps réel constitue la seconde fonctionnalité la plus prisée des consommateurs dans tous les marchés étudiés, à l'exception de l'Allemagne qui juge ce service trop intrusif.

Comparés aux autres marchés, les Français sont de loin les plus enthousiastes à l'idée d'utiliser leur portable comme carte de paiement dans les magasins même si beaucoup redoutent de se faire voler leur portable ou ne souhaitent pas partager leurs données personnelles avec une compagnie de téléphone.

Selon David Day, PDG de Lightspeed Research : « Avec le développement de la technologie et des services mobiles, le portable est devenu un outil incontournable de la vie de tous les jours. Cependant, il est fondamental pour les fabricants de portables de bien comprendre les réticences des consommateurs afin d'assurer le succès de futures fonctionnalités. Le partage des données personnelles et le risque croissant de se faire voler son portable cristallisent des peurs importantes. **Les fabricants devront donc prendre en considération les craintes du consommateur s'ils veulent les persuader d'utiliser de nouveaux services tels que le commerce mobile.** »

Fin

Contact presse :

Géraldine Gitel, Consultante en relations publiques

Greenfields Communications Tél. (portable) : +44 791 788 5380

ggitel@greenfieldscommunications.com

Lightspeed Research

Ralph Risk, Responsable marketing - Europe,

Tél. (bureau) : +44 (0)20 7896-1950 Tél. (portable) : +44 (0)787 650 7689

rrisk@lightspeedresearch.com

À propos de cette étude

Cette étude a été menée en ligne entre le 11 et 15 juin 2009 auprès de 1000 personnes dans chacun des pays étudiés.

À propos de Lightspeed Research

Lightspeed Research est un fournisseur de solutions d'études de marché en ligne reconnu dont les résultats d'enquêtes proviennent de ses panels internationaux en ligne. Lightspeed Research fournit un accès aux foyers membres de 34 pays en Europe, en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique.

Les panels exclusifs de Lightspeed Research sont sélectionnés et vérifiés régulièrement dans le but de garantir un échantillonnage représentatif de qualité afin de réaliser des études dont la diversité et la complexité s'étendent à la plupart des secteurs de l'industrie. Lightspeed Research propose des panels couvrant des domaines aussi diversifiés que les soins de santé, les services financiers, l'industrie automobile, le commerce inter-entreprise, les télécommunications, la famille et bien d'autres secteurs encore. Lightspeed Research est membre de Kantar et de la WPP (LSE: WPP) (NASDAQ: WPPGY), l'une des sociétés de services de communications leaders dans le monde. Pour plus d'information, rendez-vous sur www.lightspeedresearch.com