Paris, le 22 février 2011

COMMUNIQUE DE PRESSE

Etude Bemobee / OpinionWay :
« Je télécharge avant tout une application parce qu'elle plaît autour de moi »

Bemobee et OpinionWay ont réalisé une enquête afin d'analyser les principaux motifs de téléchargement d'une application. Cette étude vient conforter leur analyse qu'il est nécessaire de bénéficier d'un outil de mesure sur les applications mobiles : **SmartUser®**

Voici les principaux enseignements :

Les rubriques « utilitaire » et « divertissement » sont les catégories préférées des smartphonistes. En fonction de son âge, on télécharge des applications différentes : les moins de 30 ans téléchargent plus volontiers des applications pour se divertir, les 30-49 ans, des applications pour suivre l'actualité et les plus de 50 ans, ont une préférence pour des applications orientées finance ou santé.

La recommandation, premier facteur de téléchargement d'une application sur smartphone : 6 smartphonistes sur 10 parlent à leurs proches des applications qu'ils téléchargent. Le premier facteur de téléchargement reste la notation, la recommandation et la possession de l'application par des amis ou collègues avec 72% de citations cumulées avant l'adéquation de l'application à ses besoins.
« Le mobile bouleverse les usages de communication mais également de consommation, analyse Paul-Louis Belletante, co-fondateur de l'agence mobile Bemobee. Grâce à SmartUser® développé avec OpinionWay, il est dorénavant possible de mesurer très précisément l'impact de ces dispositifs mobiles auprès de ses clients - et ainsi de maîtriser le ROI de sa stratégie mobile. »

Les possesseurs d'iPhone sont de gros consommateurs d'applications mobiles. Ainsi, 42% des « iPhonistes » déclarent télécharger une application au moins une fois par semaine contre seulement 11% pour les autres possesseurs de smartphone.
« Cet écart peut s'expliquer par un nombre plus important d'applications actuellement disponibles sur l'App Store par rapport aux autres boutiques mais aussi et surtout par la plus grande sécurité qu'offre Apple à ses utilisateurs grâce à son système de contrôle plus drastique des applications mises en ligne, note Aurélien Gragnic, Directeur Conseil au sein de l'institut d'études OpinionWay. Cependant, ces chiffres sont à relativiser lorsque que l'on sait que 26% des applications téléchargées en 2010 n'ont été utilisées qu'une seule fois. »

Contacts :

Aurélien GRAGNIC,
Directeur Conseil OpinionWay
Tél : 01 78 94 89 91
agragnic@opinion-way.com

Paul-Louis BELLETANTE,
co-fondateur Bemobee
Tél : 01 42 94 18 70
paul-louis.belletante@bemobee.com

A propos de SmartUser® :

SmartUser®, créé par OpinionWay et Bemobee, est une solution d'enquête permettant de tester des applications mobiles auprès des utilisateurs directement via leur smartphone. Cette solution permet d'évaluer et suivre les indicateurs clés d'une application : fréquence d'utilisation, satisfaction, fidélité, recommandation, profil des utilisateurs…

Méthodologie de l'enquête :

Cette étude a été réalisée du 22 au 23 novembre 2010 auprès d'un échantillon de 261 possesseurs de smartphone. Les répondants ont été interrogés en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview). L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de région de résidence.

A propos de Bemobee :

Bemobee est une agence spécialisée dans la conception et la mise en place de stratégies mobiles notamment, dans la conception, le développement et le marketing d'applications pour smartphones et tablettes tactiles (iPhone, iPad, Android, Windows Phone 7…). Bemobee est désormais la 1ère agence mobile en France à proposer à ses clients un outil innovant d'analyse d'usage permettant d'échanger directement avec les utilisateurs.
http://www.bemobee.com

A propos d'OpinionWay :

OpinionWay a été créée en mars 2000 avec une idée fondatrice simple : rendre plus innovant le marché des études. Nous intervenons dans de nombreux domaines comme l'opinion bien sûr, mais aussi le marketing, la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services auprès de cibles BtoB ou BtoC. Nous disposons d'une expérience inégalée dans le mix-méthodologique, c'est-à-dire la connaissance et l'usage associé des différentes méthodologies de recueil et d'analyse de l'information, en France comme à l'international.
http://www.opinion-way.com