

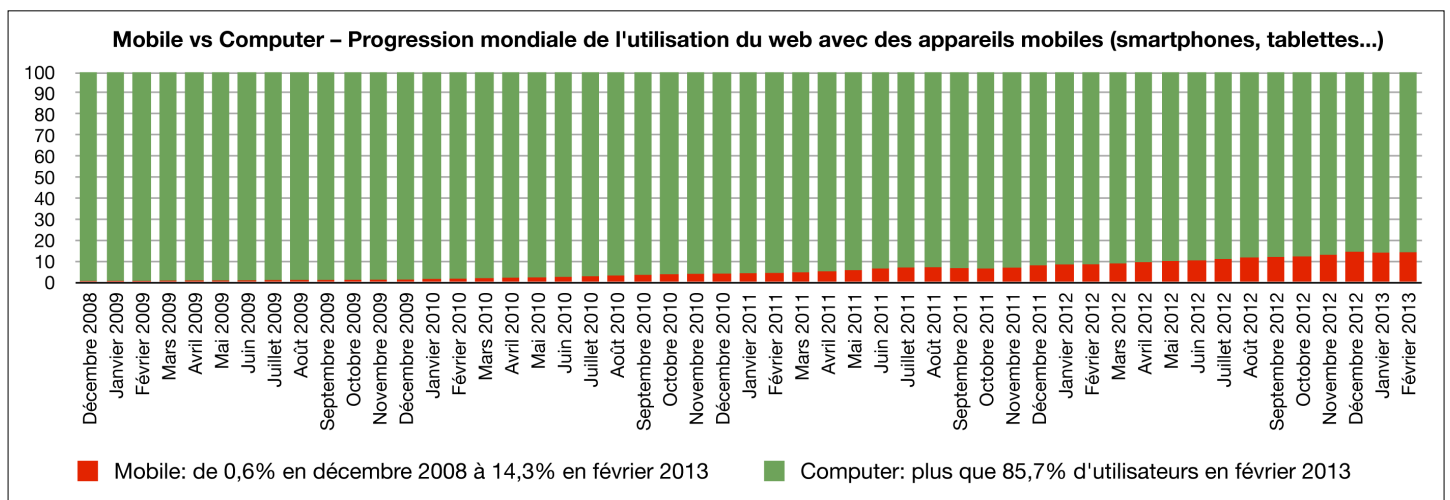


TENDANCES ACTUELLES – Mars 2013

Une utilisation du web en pleine mutation en Suisse et dans le monde

Selon une récente enquête de comparis.ch, il y a en Suisse près de 3,6 millions de smartphones. A mi-2011, ils n'étaient qu'un peu plus de 2 millions. Quant aux tablettes, il y en a quelque 1,7 million, plus du double qu'en 2012. De plus, près de 80% des utilisateurs de tablette ont également un smartphone. Ce n'est pas qu'un phénomène de mode: l'utilisation d'Internet est en train de changer en profondeur. Le web est devenu indispensable à la vie de tous les jours et, de plus en plus, les utilisateurs souhaitent y avoir accès à toute heure et où qu'ils soient, avec un confort d'utilisation optimal.

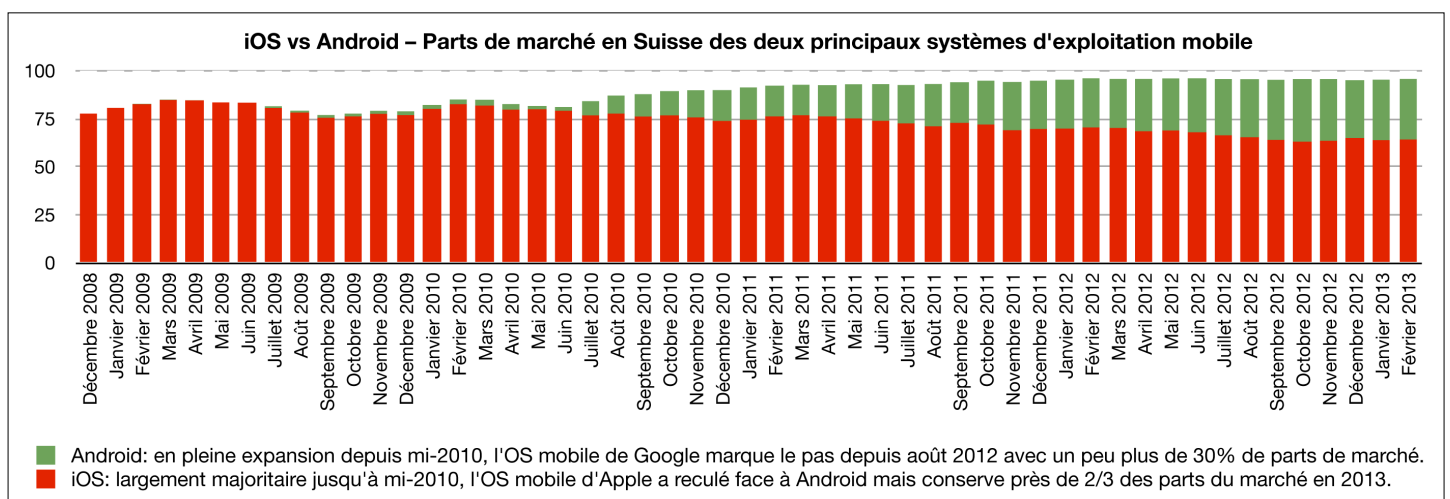
Le graphique ci-dessous illustre cette évolution, sur la base d'un échantillonnage de plus de 3 millions de sites web représentant plus de 15 milliards de pages vues par mois (source: StatCounter Global Stats). Le cap des 14% d'utilisation mobile au moyen de smartphones et de tablettes a été passé en décembre 2012. Plus de 250% d'augmentation entre début 2010 et début 2011, près de 200% entre 2011 et 2012, plus de 160% entre 2012 et 2013. En extrapolant, on peut s'attendre à 20% d'utilisation mobile au début de 2014, voire davantage encore.



Même si la Suisse a un temps de retard par rapport à cette évolution globale (10,29% d'utilisation mobile en février 2013), le web mobile y est également en forte croissance et de plus en plus de sites Internet se renforcent désormais d'une version optimisée smartphone afin de répondre à ce nouveau besoin des utilisateurs.

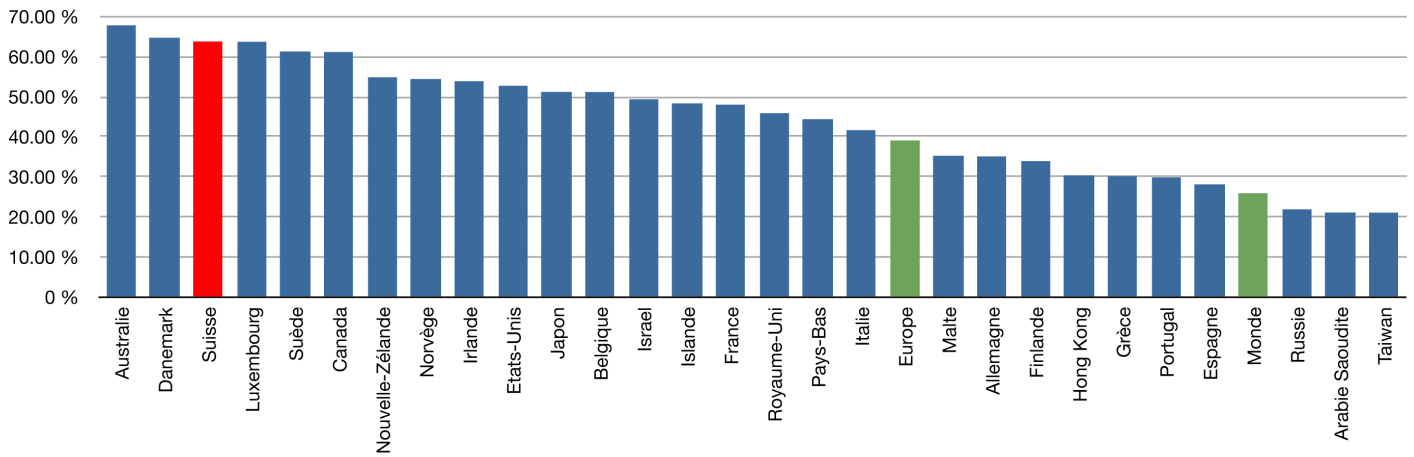
Cette évolution vers le mobile a encore créé une 2e tendance, encore plus révolutionnaire: les sites Internet se renforcent souvent d'une ou plusieurs apps «natives» pour apporter le confort d'utilisation accru et le surcroît de convivialité permis par les fonctionnalités propres des smartphones et des tablettes.

Deux environnements se partagent actuellement environ 95% du marché mobile: iOS (iPhone, iPad et iPod Touch) et Android (HTC, Nexus, Galaxy, etc.). Le graphique ci-dessous (source: StatCounter Global Stats) illustre l'évolution en Suisse des parts de marché de ces deux environnements.



En Suisse, même si Android a fortement progressé, l'environnement iOS a les faveurs de quelque 65% des utilisateurs actuels, qui constituent donc un cœur de cible incontournable. Alors que la moyenne mondiale est de 25,85%, cette forte proportion d'utilisateurs iOS se retrouve également dans de nombreux pays à haut niveau de vie.

Part en janvier 2013 de l'environnement iOS dans l'utilisation globale du web mobile

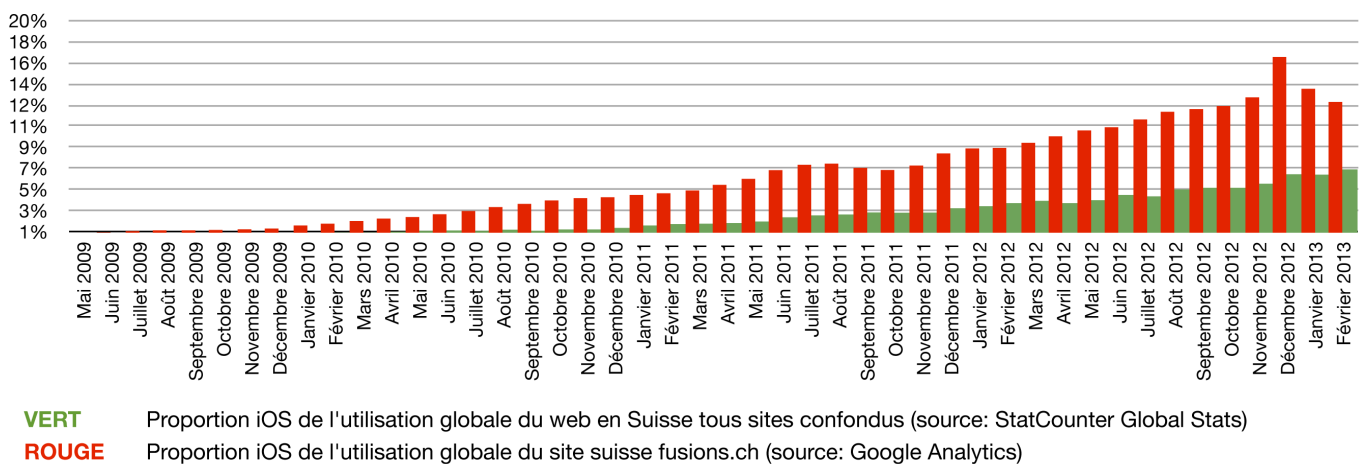


Le graphique ci-dessus (source: StatCounter Global Stats) illustre cette corrélation entre utilisation d'iOS et niveau de vie. Il y a bien sûr des exceptions telles que Taiwan (où Android a progressé de manière spectaculaire), l'Arabie Saoudite (qui a longtemps été un fief du Symbian de Nokia, mais où iOS est en pleine expansion) ou la Corée du Sud (fief de Samsung, plus gros concurrent d'Apple sur le marché des smartphones).

Une app iOS constitue ainsi une solution idéale pour compléter une stratégie web mobile de façon prestigieuse: parfaitement sécurisée et optimisée pour le support, elle véhicule une image de luxe et de haute technologie et, en raison du coût élevé des produits Apple, elle atteint un public-cible économiquement aisé.

Le graphique ci-dessous donne un exemple d'impact de la mise en place d'une stratégie iOS. Le site fusions.ch, un des leaders en Suisse de la convergence computer/iPhone/iPad, s'est renforcé d'une version optimisée iPhone dès la sortie en Suisse du smartphone d'Apple (2e semestre 2008), puis d'apps iPhone début 2011 et d'apps iPad dès fin 2011. La proportion de ses visiteurs utilisant iOS a immédiatement largement dépassé la moyenne suisse et cet écart continue de se maintenir au début 2013.

Evolution comparée de l'utilisation d'iOS en Suisse: moyenne globale vs. site avec forte stratégie iOS



Une stratégie iOS forte constitue donc un atout non négligeable dans le marketing orienté web mobile. Apple n'a certes inventé ni le smartphone ni la tablette connectée, mais a donné un grand coup d'accélérateur à la révolution du web mobile en sortant l'iPhone puis l'iPad. Même talonnée désormais par une concurrence proposant des produits équivalents voire meilleurs, l'entreprise américaine reste à la pointe de l'innovation et de la tendance actuelle, avec un côté élitiste qui fait des utilisateurs de ses produits un public-cible particulièrement intéressant.

On reproche à Apple – à raison – ses aspects protectionnistes et monopolistiques, mais cette politique a des avantages en termes de sécurité et de compatibilité. D'une part, les apps iOS sont parfaitement sécurisées car elles doivent passer des tests et être validées par Apple avant d'être distribuées – il n'existe pas sur l'App Store de «malicieux» qui espionnent les utilisateurs ou leur dérobent des données sensibles, ce qui n'est pas forcément le cas dans les autres environnements. D'autre part, cet environnement très homogène permet la création d'apps dites «universelles», c'est-à-dire s'adaptant aux résolutions d'écran de tous les modèles d'iPhone et d'iPad.

Une app iOS universelle affiche automatiquement ses contenus à la taille du support. La photo plein écran affichée sur iPad se redimensionne automatiquement sur iPhone, par exemple, mais cette compatibilité va bien plus loin puisqu'une app universelle peut afficher des écrans totalement différents sur les deux supports. Une caractéristique qui permet d'optimiser les apps afin de créer des expériences utilisateur adaptées au support utilisé, tout en diminuant les coûts de développement puisqu'il devient inutile de créer 2 apps différentes.

Une app bien conçue, sous quelque environnement mobile que ce soit, constitue un moyen de communication qui véhicule de manière conviviale et dynamique une image de prestige, de qualité, de professionnalisme et d'actualité, voire d'avant-garde. Une app iOS universelle peut servir de vecteur pour atteindre 1,2 million d'utilisateurs d'iPad et 2,3 millions d'utilisateurs d'iPhone en Suisse, et encore davantage au-delà des frontières. Votre public-cible s'y trouve sans aucun doute.

fusions.ch est une entreprise à but non lucratif qui propose un concept inédit, la Collection iSwitzerland: une série d'apps iPhone/iPad qui assurent entre elles une promotion croisée et s'enrichissent de contenus exclusifs fournis gratuitement. Consacrées aussi bien à des thèmes touristiques qu'à des entreprises, ces apps sont regroupées sous le label iSwitzerland, véhiculant ainsi une image de prestige et de qualité suisse.