Ipsos MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

Profiling ™

2011

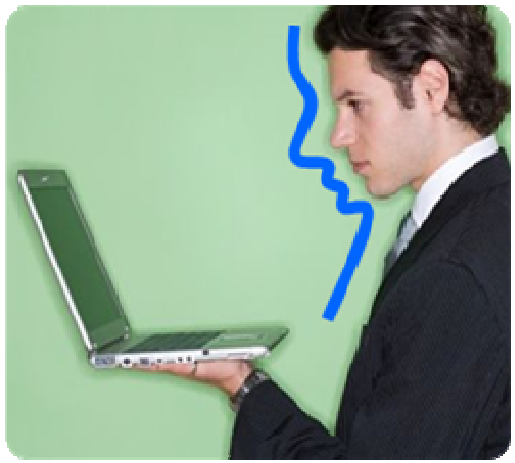
Présentation des résultats

Le 20 septembre 2011

L'étude Profiling

Une mesure du **profil** détaillé des **visiteurs** de vos sites Internet

Plus de **200 critères** de qualification…



…profil perso & pro, usages du web, style de vie, consommation

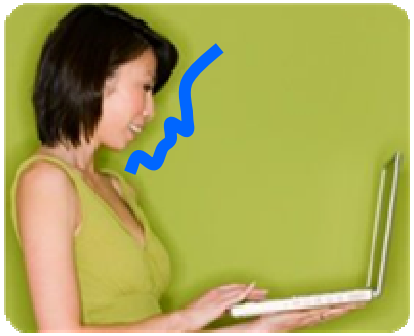
En **évolution** : 2 fois par an, depuis 1998

En **benchmark** : plus de 200 sites mesurés

Profiling ™ 2011

Publics et Objectifs

Pour qui ?



Pour quoi ?

Les **régies** publicitaires

Les **agences** média

Les **éditeurs** de contenus

Nourrir vos **argumentaires** commerciaux

Sélectionner les sites en affinité avec vos **cibles publicitaires**

Valider l'adéquation de vos **contenus éditoriaux**

Mais aussi : un éclairage fin sur les dernières **tendances du web**

Un dispositif d'étude en 3 volets

Profiling ™

Le profil des visiteurs plus de 200 sites et de près de 100 rubriques ou chaînes de portails

Avec le Profiling Trust!

Profiling ™ Mobile

Le profil des visiteurs d'une trentaine de sites et applications mobile rapporté au profil du mobinaute moyen

L'observatoire des Internautes

Une analyse approfondie des tendances du web français, en évolution sur 5 ans

Accessible aux partenaires hébergeurs

Profiling ™ 2011

Un dispositif éprouvé

Une méthodologie robuste

2 terrains d'enquête : cadrage téléphonique et recueil online sur sites

Un très large échantillon

15.000 interviews deux fois par an

Un questionnaire détaillé

Une prise en compte des dernières tendances du web

Une mesure du profil fiable

Un profil défini sur base des visiteurs identifiés sur l'ensemble des sites hébergeurs

Profiling ™ 2011

Un contenu riche et détaillé

Signalétique personnelle

Signalétique professionnelle

Style de vie

Équipement et consommation

Fréquentation média

Équipement Internet

Usages du web

Internet mobile et tablettes

E-commerce

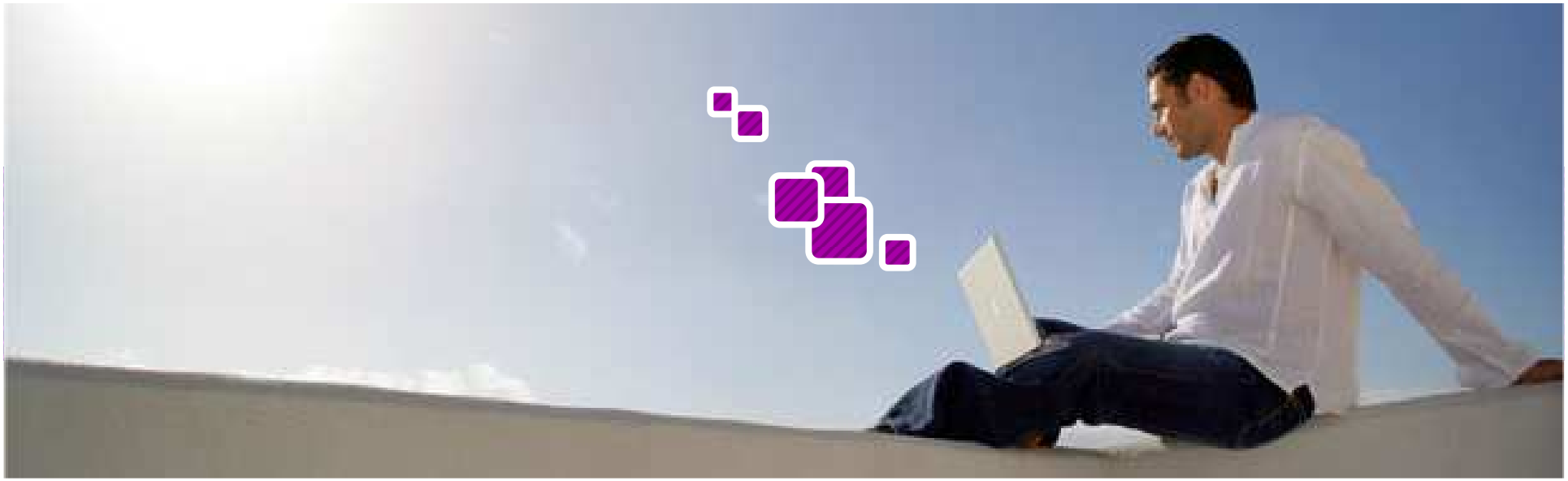
Internet, source d'information et d'achat

Profiling ™ 2011

Edition 2011 : des répondants toujours nombreux

Ipsos MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

Résultats
Profiling 2011



De plus en plus de supports (potentiellement) connectables…

Taux d'équipement

74%

41%

34%

5%

… et connectés !

Connexion 30 derniers jours

92%

9%

34%

5%

Internautes, mobinautes… et tablonautes

Des usages complémentaires, qui se cumulent !

Connexion 30 derniers jours

				Ensemble Internautes
	100%	**99%**	**98%**	***92%***
	36%	**100%**	**69%**	***34%***
	6%	**11%**	**100%**	***5%***

Profiling ™ 2011

Smartphone en mobilité et tablette dans la sphère privée

A domicile	95%	71%	63%
Bureau / école	49%	59%	25%
Famille, amis	34%	52%	45%
Lieux publics, rue	12%	68%	24%
Bus, train, métro	-	44%	8%

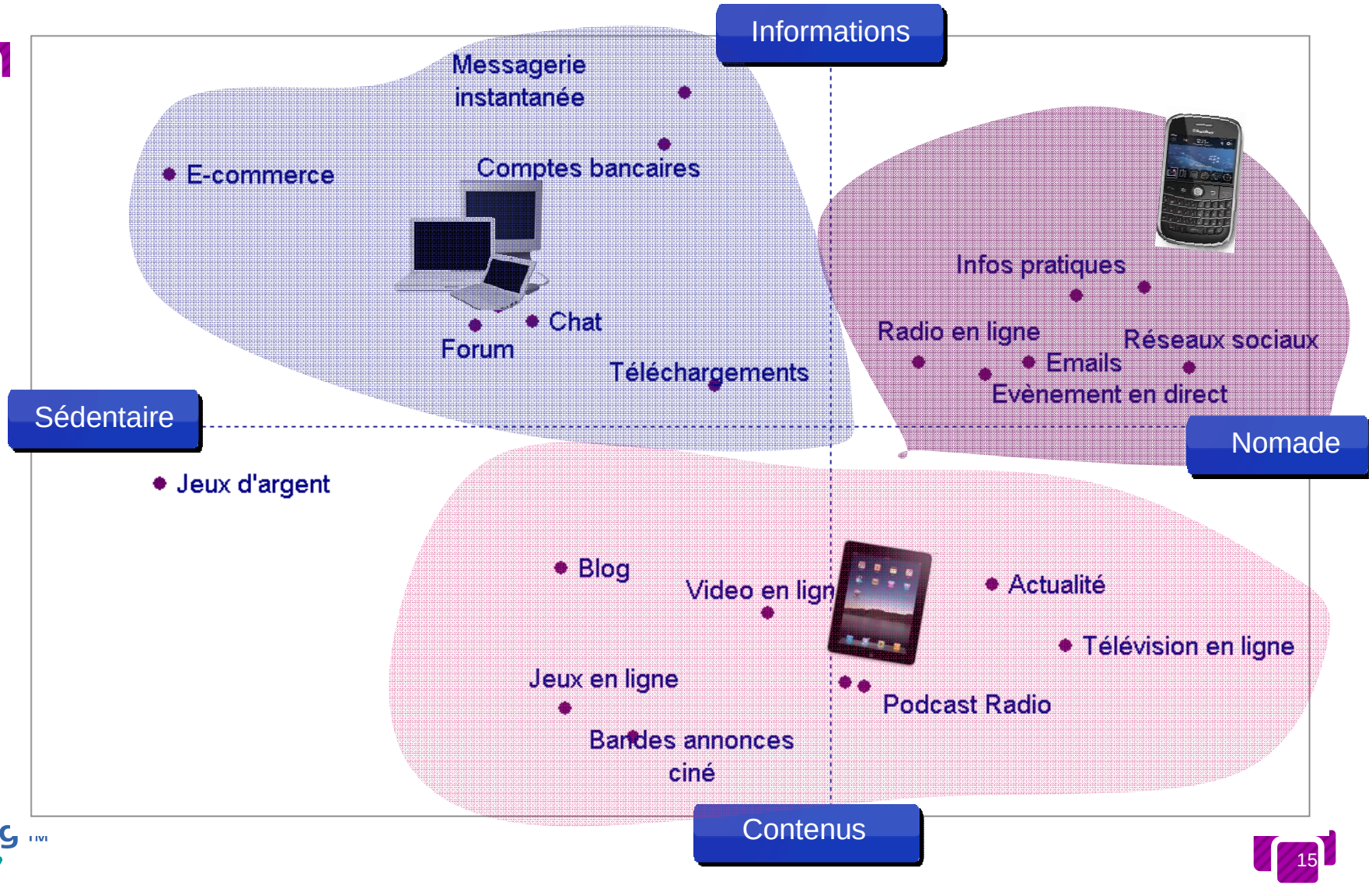
Lieux de connexion

Des usages incontournables en transversal, mais aussi plusieurs pratiques dédiées

Emails 88%	Infos pratiques 59%	Actu 48%
Infos pratiques 86%	Emails 57%	Infos pratiques 47%
Actu 78%	Réseaux sociaux 49%	Emails 44%
Infos produits 78%	Actu 49%	Infos produits 38%
Compte bancaire 71%	Géolocalisation 36%	Réseaux sociaux 35%
E-commerce 57%	Sites de contenus 33%	Sites de contenus 32%

Usages 30 derniers jours

La tablette : un territoire propre, à cheval entre le Smartphone et l'ordinateur



Une réelle avidité pour les applications, quel que soit le support

27 applications téléchargées en moyenne

30 applications téléchargées en moyenne

- Géolocalisation 56%
- Services pratiques 54%
- Actualité 52%

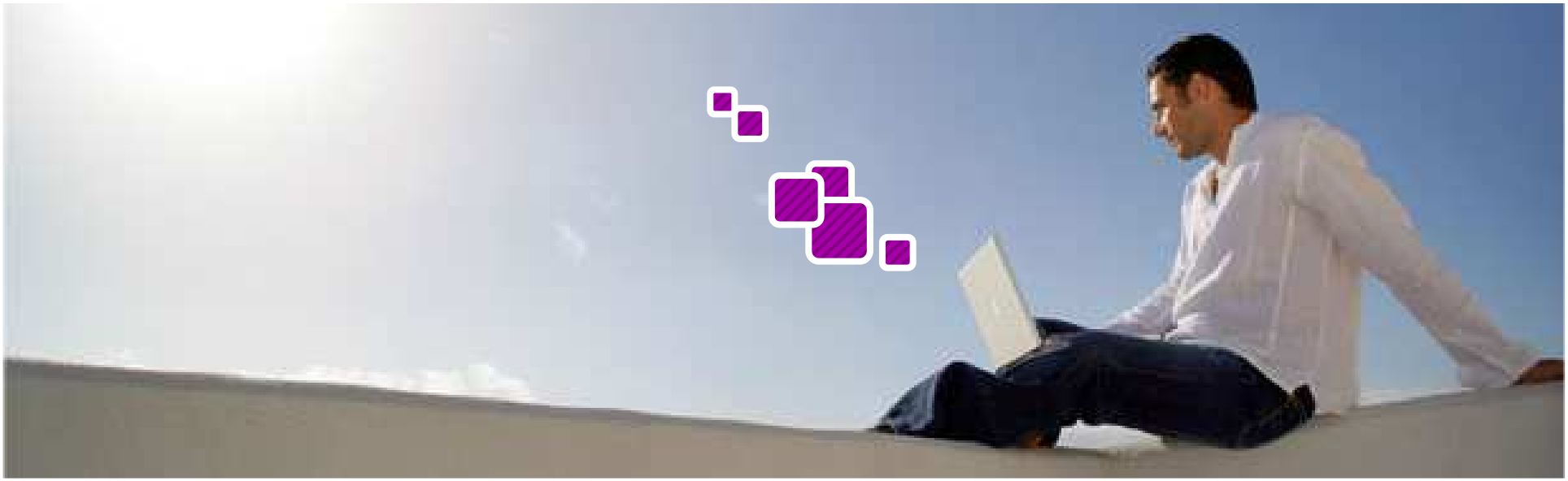
Mais aussi : Marques 18%

Profiling ™ 2011

Ipsos MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

Profiling ™

2011

Pour toute information, merci de contacter :

Manuel Lhoir, Directeur de clientèle, 01 41 98 91 88, manuel.lhoir@ipsos.com
Carole Romano, Directrice de clientèle, 01 41 98 96 54, carole.romano@ipsos.com