

XiTiMonitor

L'institut d'études de XiTi, service d'analyse d'audience Internet

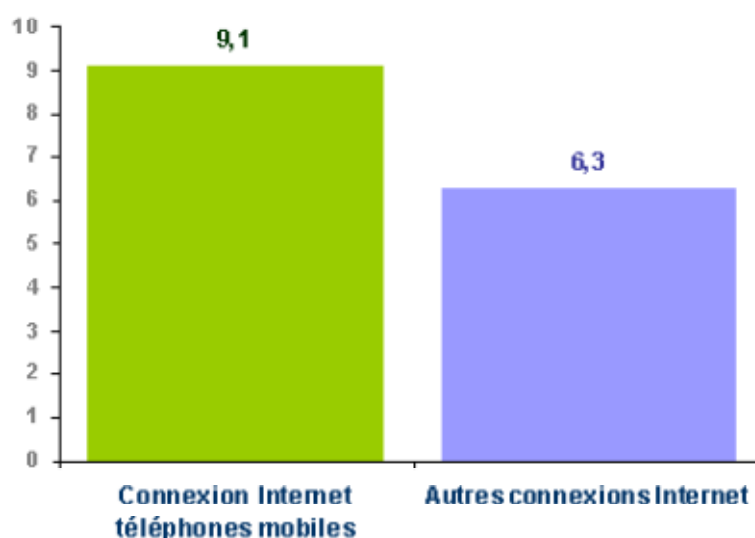
Les tendances de l'Internet mobile : comportements, thèmes de prédilection, marques utilisées

Paris, le 13 novembre 2006 – Cette nouvelle étude XiTi Monitor a été réalisée du 23 au 29 octobre 2006, sur un périmètre de 87 276 sites web audités par XiTi, pour suivre l'évolution des usages de l'Internet mobile.

Des comportements de navigation marqués par un grand nombre de pages vues et des visites plus rapides

9.1 pages vues avec les mobiles contre 6.3 avec d'autres types de terminaux : les internautes qui se sont rendus sur des sites Internet via un téléphone mobile ont vu en moyenne 3 pages de plus par visite que ceux qui ont utilisé un PC fixe, un portable ou une PSP.

Nombre de Pages Vues par Visite
(visites effectuées entre le 23/10/06 et le 29/10/06)



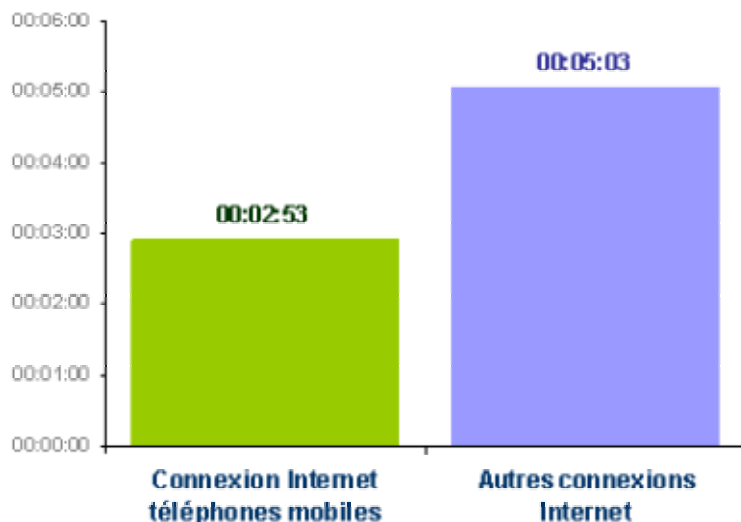
Source XiTi

Si elles génèrent en moyenne un plus grand nombre de pages vues, les visites Internet via mobile sont en revanche beaucoup plus courtes. Entre les mobiles et les autres types de connexion, la durée de visite est presque divisée par 2 : **les visites durent en moyenne 2 minutes 53 secondes avec les mobiles, contre 5 minutes 3 secondes pour les autres supports.**

Si l'on ramène ces données au temps passé sur une page vue, un utilisateur de l'Internet mobile ne passera que 19 secondes par page, contre 48 avec les autres types de terminaux.

Ainsi, les internautes surfant sur le web via leur téléphone mobile passent 2.5 fois moins de temps sur une page que les autres.

Durée moyenne des visites
(visites effectuées entre le 23/10/06 et le 29/10/06)



Source **MTI**

Ces différences de comportements peuvent s'expliquer par le contenu plus réduit des sites mobiles par rapport aux sites Internet classiques. De plus, il est possible que les tarifs de connexion plus élevés conduisent les internautes à préférer des visites plus efficaces et plus rapides, bien loin de la flânerie...

L'usage de l'Internet mobile a également ses spécificités en termes de contenus visités : certains thèmes sont largement privilégiés...

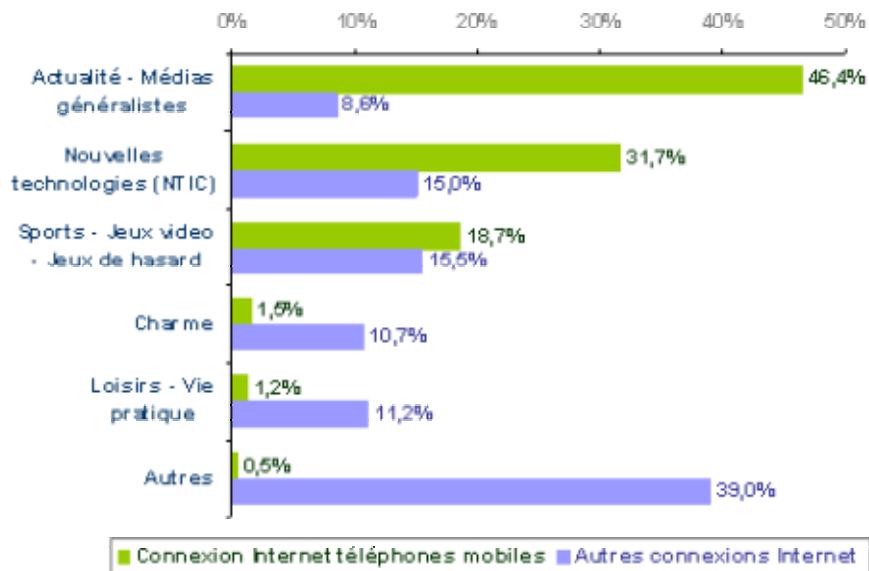
Succès des sites relatifs à l'actualité, aux nouvelles technologies et aux sports et jeux

Sur la semaine étudiée, 96.8% des visites Internet via téléphonie mobile se font sur 3 thèmes :

- **1) Actualité / Media : 46.4%** des visites, contre 8.6% pour les autres connexions
- **2) Nouvelles Technologies : 31.7%** des visites, soit le double de la part dévolue à cette thématique depuis d'autres supports de connexion
- **3) Sports –Jeux vidéo – Jeux de hasard : 18.7%** des visites

Les thèmes habituellement très populaires du Charme (sites pour adultes) et de la Vie Pratique & Loisirs sont moins consultés avec les mobiles qu'avec les autres supports : ils ne sont respectivement qu' à la 4^{ème} et 5^{ème} position.

Comparaison des répartitions des visites par thème (visites effectuées entre le 23/10/06 et le 29/10/06)



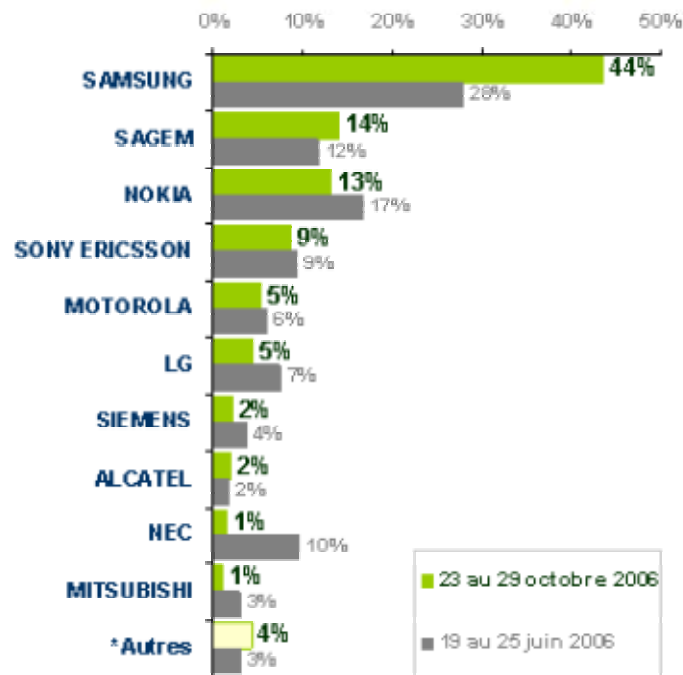
Source XTi

Samsung renforce son avance au sein des marques de terminaux privilégiées par les internautes

Répartition des visites par marque de téléphonie mobile

semaine du 23 au 29 octobre 2006

comparée à la semaine du 19 au 25 juin 2006



* Audiovox, Blackberry, Docomo, Dreamphone, N-gage, Palm, Panasonic, Philips, Sanyo, Sendo, Sharp, Toshiba, indéterminées

Source XiTi

Depuis notre étude de juin 2006, non seulement Samsung conserve sa 1^{ère} place, mais **la marque gagne encore du terrain, avec 44% des visites Internet via téléphone mobile** (contre 28 % pour la semaine du 19 au 25 juin 2006). Second du classement en juin, Nokia cède sa place à Sagem et devient 3^{ème}. **Ces trois marques réalisent près des trois quarts des visites Internet de téléphonie mobile.** Nec marque le pas, avec une nette perte de vitesse de la 4^{ème} à la 10^{ème} position.

Le comportement des internautes lorsqu'ils visitent des sites Internet via des téléphones mobiles est bien différent du comportement observé avec les autres supports de connexion. Les visites Internet de téléphonie mobile sont ainsi beaucoup plus rapides... et tournées pour l'instant vers certains thèmes de prédilection : actualité/media, nouvelles technologies et sports/jeux.

La marque Samsung affirme encore une fois sa position de leader sur ce marché.

Comment ces comportements vont-ils évoluer ? Les acteurs qui dominent aujourd'hui le marché vont-ils être bousculés ?

Réponse dans la prochaine étude XiTi Monitor sur Internet et la téléphonie mobile...

XiTi en bref

XiTi est un service de mesure d'audience et de pilotage des sites Internet. Il s'est imposé en quelques années comme un standard de l'analyse d'audience Internet. Avec plus de 246 000 sites inscrits, parmi lesquels les plus grandes références francophones, la moitié des acteurs du CAC 40 et les plus grandes institutions françaises, XiTi audite à ce jour plus de 10 milliards de pages par mois et compte plus de 4 000 nouveaux abonnés par mois dans tous les secteurs d'activité.

XiTi a deux activités majeures :

- La mesure de fréquentation des sites Internet, avec les solutions de la gamme XiTi Pro, XiTi Expert et XiTi Analyzer. Ces solutions sont des outils d'aide à la décision pour le pilotage de tous types de sites : XiTi fournit à ses abonnés des informations déterminantes et certifiées sur la fréquentation de leur site et la rentabilité des investissements Internet.
- La réalisation de benchmarks et l'analyse des usages d'Internet, à travers les études XiTi Monitor qui ont fait de XiTi un observateur de référence des évolutions du web.

Pour retrouver l'intégralité des études XiTi Monitor :

<http://www.xitimonitor.com/>

Pour retrouver les principales références clients de XiTi :

<http://www.XiTi.com/references/references.asp>

Contacts Presse

Machu Picchu Communication

Nathalie Benhaïm – Tél. : 01 48 01 00 07 - @ n.benhaim@machu-picchu.fr

Christophe Tuillon – Tél. : 01 48 01 00 07 - @ c.tuillon@machu-picchu.fr

www.xiti.com