

Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Trévis – 75009 Paris

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Adobe dévoile les pays les plus mobiles de 2015 dans son dernier rapport Digital Index

Le dernier rapport Adobe Digital Index révèle les pays où les internautes ont été les plus nombreux à se connecter via leur mobile en 2015

PARIS, France — 23 février 2016 — À l'occasion du Mobile World Congress, Adobe a publié son tout dernier rapport [Adobe Digital Index](#), dévoilant les pays où les internautes se sont le plus connectés à leur smartphone en 2015. Cette année, la part des visites de sites web effectuées depuis un mobile a atteint 37 %, soit une progression de 18 % en glissement annuel.

Selon le rapport, l'Arabie Saoudite est le pays où l'on s'est le plus connecté depuis un appareil mobile, avec une part de visites de 62 % à la fin de l'année 2015. C'est le seul pays où plus de 50 % des visites totales ont été effectuées depuis un mobile. La hausse a été forte, avec plus de 16 % par rapport à l'année précédente.

Voici le top cinq des pays les plus mobiles de 2015 :

- L'Arabie Saoudite : 62 %
- L'Irlande : 49 %
- Les Philippines : 47 %
- Le Japon : 47 %
- Le Royaume-Uni : 44 %

En 2015, les visites sur appareil mobile ont atteint 38 % aux États-Unis, contre 34 % en France et 32 % en Allemagne. Les pays où les internautes se sont le moins connectés depuis leur mobile sont le Brésil (28 %) et la République tchèque (22 %). Le rapport Adobe Digital Index montre que la progression des smartphones au détriment des tablettes est une tendance mondiale qui s'est confirmée dans la majorité des pays en 2015. Le déclin relatif moyen de la part des visites sur tablette a été de 7 %, l'Inde enregistrant la plus forte baisse (35 % en glissement annuel). Les pays dans lesquels la part des visites sur smartphone a le plus augmenté sont la Slovaquie (69 %), la Belgique (66 %), la République tchèque (65 %) et la Chine (65 %).

« Il fut un temps où les internautes préféraient la tablette au smartphone, et rien ne laissait penser que cette tendance allait s'inverser. Pourtant, l'usage de la tablette pour surfer sur le web a fortement diminué, principalement parce que les écrans des smartphones sont de plus en plus grands », explique Tamara Gaffney, Directrice d'Adobe Digital Index.

« Désormais, plutôt que d'acheter un smartphone et une tablette, les utilisateurs s'équipent d'une "phablette", autrement dit un téléphone doté d'un écran plus large, dont ils se servent pour l'ensemble de leurs utilisations. Les résultats de 2015 tirent la sonnette d'alarme pour les entreprises européennes. Celles-ci doivent accepter de faire de la mobilité une priorité stratégique et suivre l'évolution des habitudes de consommation des mobinautes qui se voient proposer des appareils toujours plus sophistiqués », conclut Tamara Gaffney.

Chiffres clés

- L'Arabie Saoudite arrive en tête avec une part de visites supérieure à 60 %
- L'Irlande est numéro un en Europe avec une part de visites de près de 50 %
- La part de visites moyenne mondiale s'élève à plus de 37 %
- L'utilisation du smartphone poursuit sa progression tandis que la navigation sur tablette recule

Liste exhaustive des pays étudiés et part des visites sur appareils mobiles :

Arabie Saoudite	61,96 %
Irlande	49,35 %
Philippines	47,11 %
Japon	47,04 %
Royaume-Uni	43,92 %
Suède	43,31 %
Canada	40,92 %
Australie	39,77 %
Italie	39,44 %
Pays-Bas	38,51 %
États-Unis	37,72 %
Espagne	37,46 %
Chine	34,75 %
Nouvelle-Zélande	34,73 %
Inde	34,37 %
France	33,81 %
Suisse	32,98 %
Allemagne	32,28 %
Finlande	31,78 %
Danemark	31,60 %
Belgique	31,02 %
Portugal	30,16 %
Autriche	29,88 %
Slovaquie	29,40 %

Liens utiles

- [Adobe Digital Index](#)

À propos d'Adobe Digital Index

Adobe Digital Index publie des études sur le marketing digital et d'autres sujets susceptibles d'intéresser les responsables senior du marketing et du commerce électronique dans de multiples secteurs d'activité. Ces études s'appuient sur l'analyse de données sélectives, anonymes et agrégées de plus de 4 500 entreprises à travers le monde, qui utilisent Adobe Marketing Cloud pour collecter des données exploitables et analyser l'activité sur leurs sites web. La marge d'erreur de l'étude « 2015 Online Shopping Forecast » est de 3 % avec un intervalle de confiance de 90 %.

À propos d'Adobe Systems Incorporated

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site <http://www.adobe.com/fr/>

###