

Observatoire Hi-media du Micropaiement

7 Décembre 2010

Section 1: Méthodologie

Section 2: Le Micropaiement: Notoriété & Perception

Section 3: Le Micropaiement: Usages par pays

Section 4: Le Micropaiement: Focus Thématique:

- La Musique
- Les Jeux en ligne
- Les Médias d'Information

Conclusion



Section 1

Méthodologie

- Etude réalisée par Harris Interactive:

Pays

Europe (*France, UK, Allemagne, Espagne*) - **US**



Echantillon

- **1000 personnes par pays** représentatifs de la population internautes âgés de 15 ans et + pour chaque pays.
- Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, age, CSP).

Mode de recueil

CAWI
Questionnaire auto-administré par e-mail aux membres de l'Access Panel de Harris Interactive.

Dates de terrain

17-26 Août 2010

Section 2

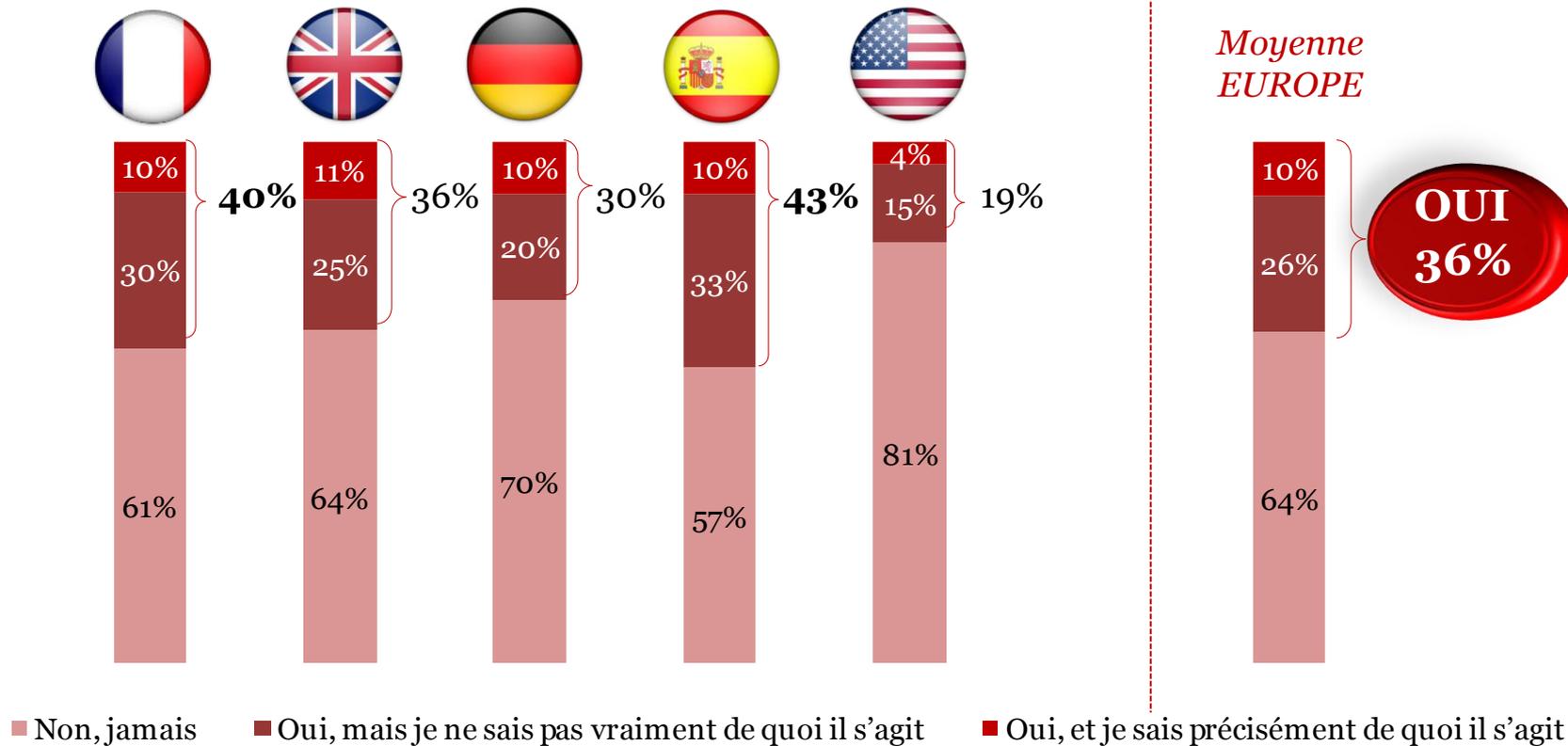
Le Micropaiement : Notoriété & Perception

Une Notoriété de **36%** en Europe, supérieure à celle des US

- Une notoriété plus élevée en Espagne et en France.

Question : Vous personnellement, avez-vous déjà entendu parler du « Micropaiement » ?

Base : total





dominée par deux acteurs

- Allopass et PayPal sont les deux premiers acteurs spontanément cités par les utilisateurs de Micropaiement français.

- Avec **56%** de notoriété assistée,
Allopass est la 2ème solution citée.

du Micropaiement

Rapidité, Simplicité et Utilité sont les 3 atouts clés du Micropaiement et ce quelque soit le pays

Question : Quel est votre niveau d'accord avec chacune des affirmations suivantes concernant les moyens de micropaiement (SMS surtaxé, Numéro de téléphone surtaxé, Carte prépayée, Facture de votre fournisseur d'accès à internet, Portemonnaie électronique, Facture de votre opérateur mobile...)?

(% utilisateurs d'accord sur le tableau ci-dessous)

Base : utilisateurs



Simple d'utilisation

1 79%

3 78%

1 87%

3 77%

3 74%

Un accès rapide aux contenus souhaités

2 79%

1 83%

2 87%

1 82%

1 85%

Un accès à des contenus utiles

3 78%

2 81%

3 80%

2 82%

2 81%

Une alternative fiable à la CB

70%

72%

67%

77%

68%

Sûres pour l'utilisateur

66%

75%

76%

77%

68%

Pas assez proposées sur Internet

55%

69%

69%

74%

61%

Incitent à payer des contenus

54%

71%

38%

63%

72%

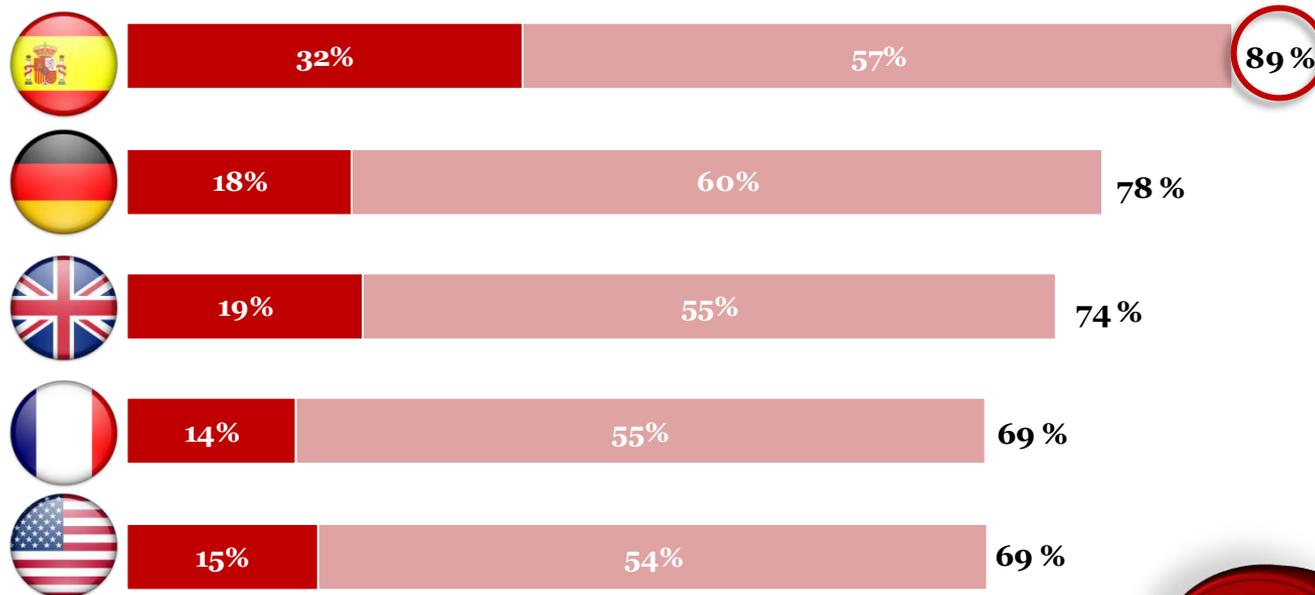
et plus significativement en Espagne

Séduits, **plus de 75%** des utilisateurs **européens**, et **près de 70%** des utilisateurs **américains** le recommanderaient à leurs proches

Question Tout compte fait, diriez-vous que vous recommanderiez certainement, probablement, probablement pas ou certainement pas à vos proches (famille, ami, collègues de travail) l'utilisation des moyens de micropaiement pour accéder à des services ou contenus en ligne payants sur Internet ?
Base: utilisateurs

■ Je les recommanderais certainement
■ Je les recommanderais probablement

Je les recommanderais



Moyenne EUROPE (Oui)



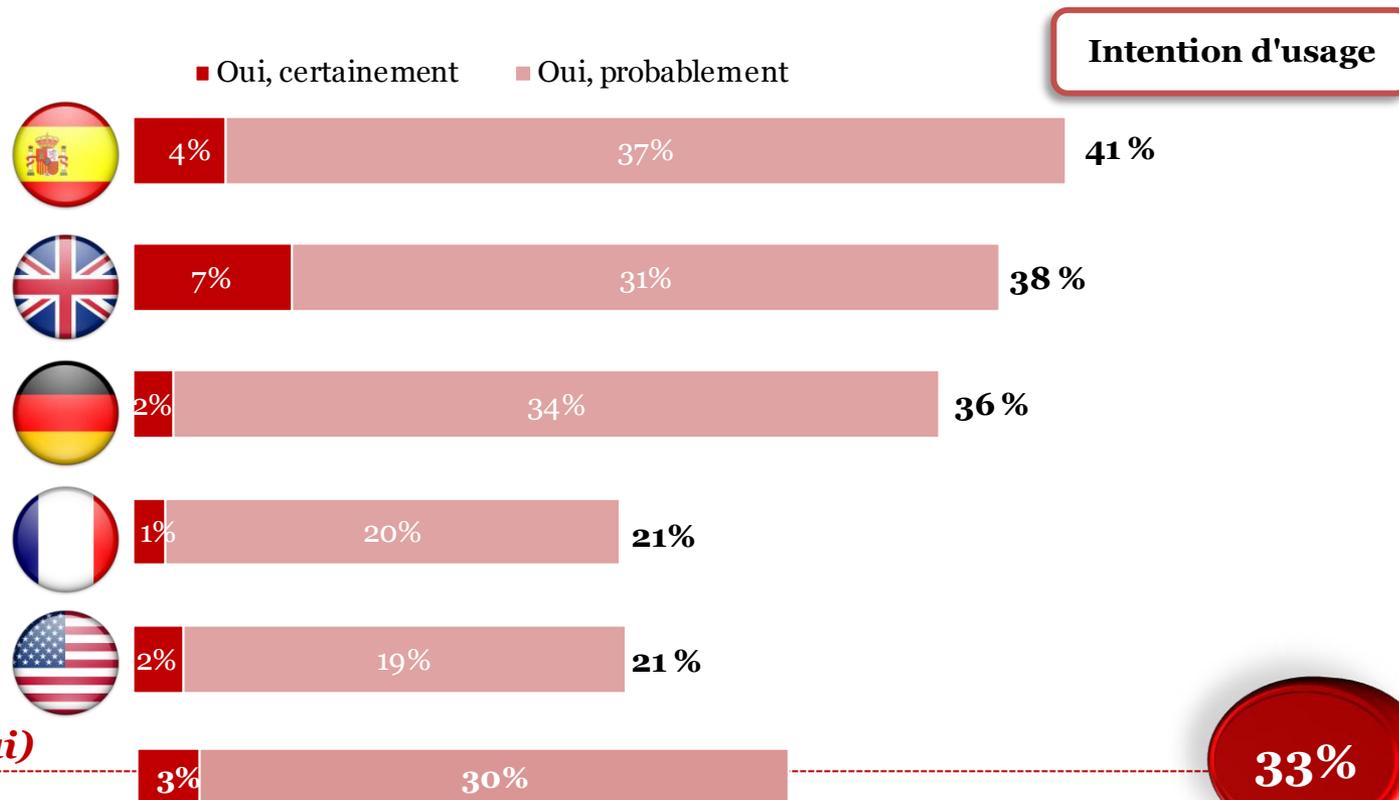
76%

Une très bonne intention d'usage pour les non-utilisateurs

1/3 des non-utilisateurs ont l'intention de recourir
au Micropaiement

Question : A l'avenir, envisagez-vous d'utiliser des moyens de micropaiement pour accéder à des services ou contenus payants sur Internet inférieurs à 10€/10£/10\$ (jeux, musique, informations, monnaie virtuelle, dépôt de petites annonces...)?

Base: non-utilisateurs



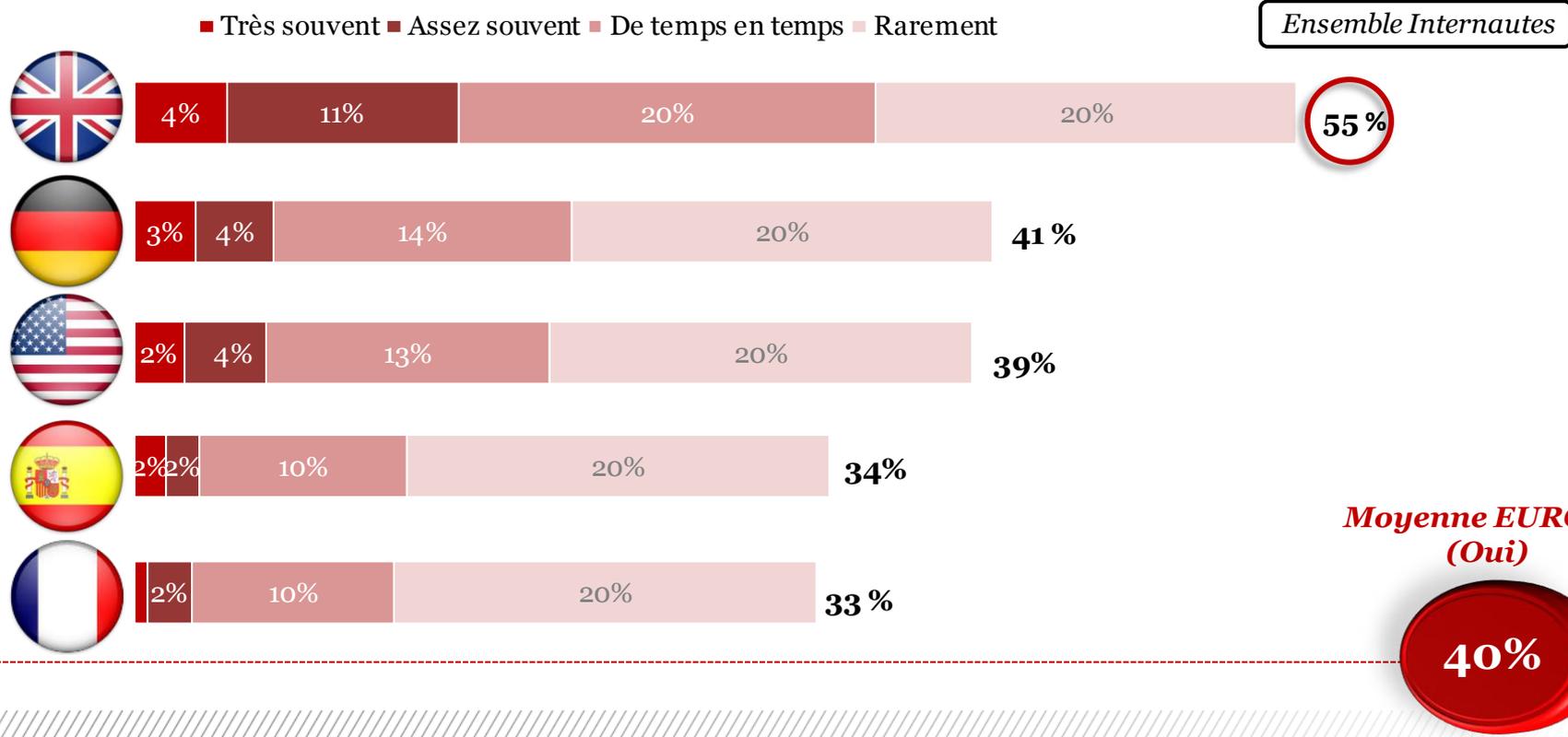
Section 3

Le Micropaiement: Usages par pays

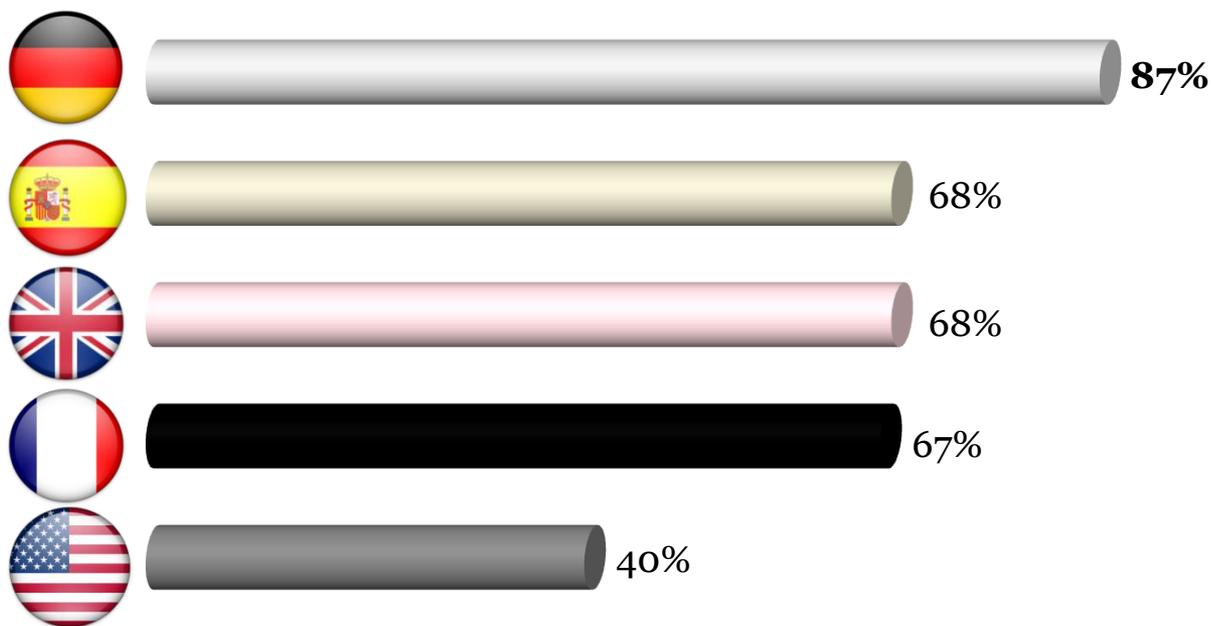
déclarent y avoir recours

... avec un usage plus répandu au UK (55%)

Question : Vous personnellement, à quelle fréquence diriez-vous que vous avez recours au « micropaiement » pour accéder à des services ou contenus payants sur Internet inférieur à 10€/10£/10\$ (jeux en ligne, jeux d'argent, musique, informations, monnaie virtuelle, dépôt de petites annonces...)?
Base : Total



Parmi les utilisateurs du micropaiement, **74%** des **européens** choisissent un moyen de paiement alternatif à la carte bancaire pour leurs achats en ligne*.



**Moyenne
EUROPE**

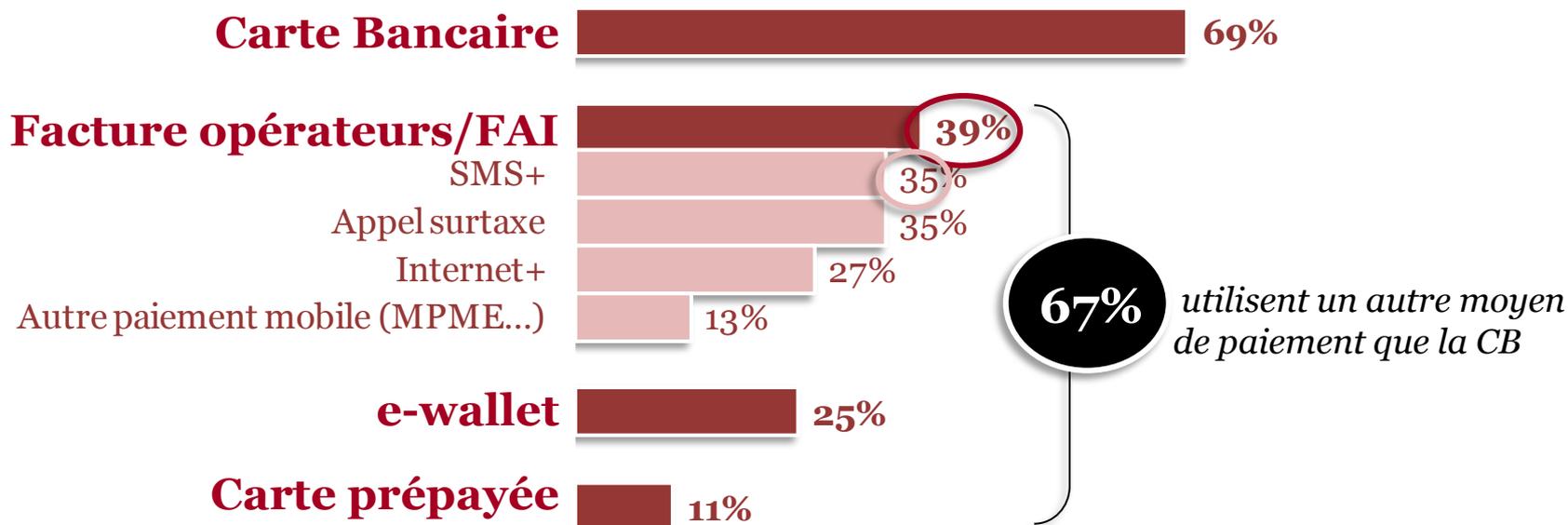
74%



France

• **Plus d'1/3 des utilisateurs français ont recours au paiement sur facture opérateurs (fixe, mobile) ou FAI**

• A noter, l'usage très répandu du SMS+ en France (35%) par rapport aux autres pays (24% en moyenne en Europe).

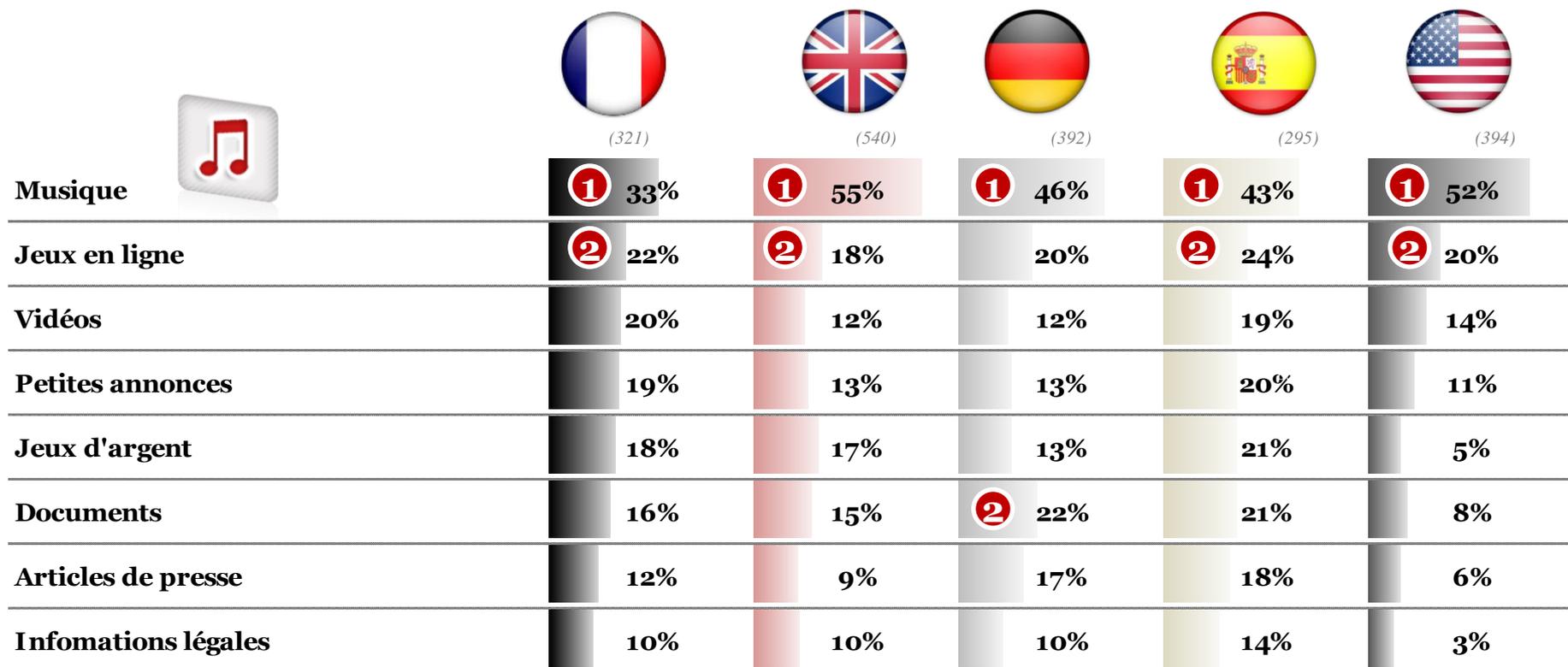


• Un usage varié sur tous les pays

• en tête: la Musique

Question : Vous avez répondu utiliser des moyens de micropaiement en ligne. Plus précisément, utilisez-vous ces solutions pour les services ou contenus suivants (disponibles sur Internet et inférieurs à 10€/ 10£/10\$)?

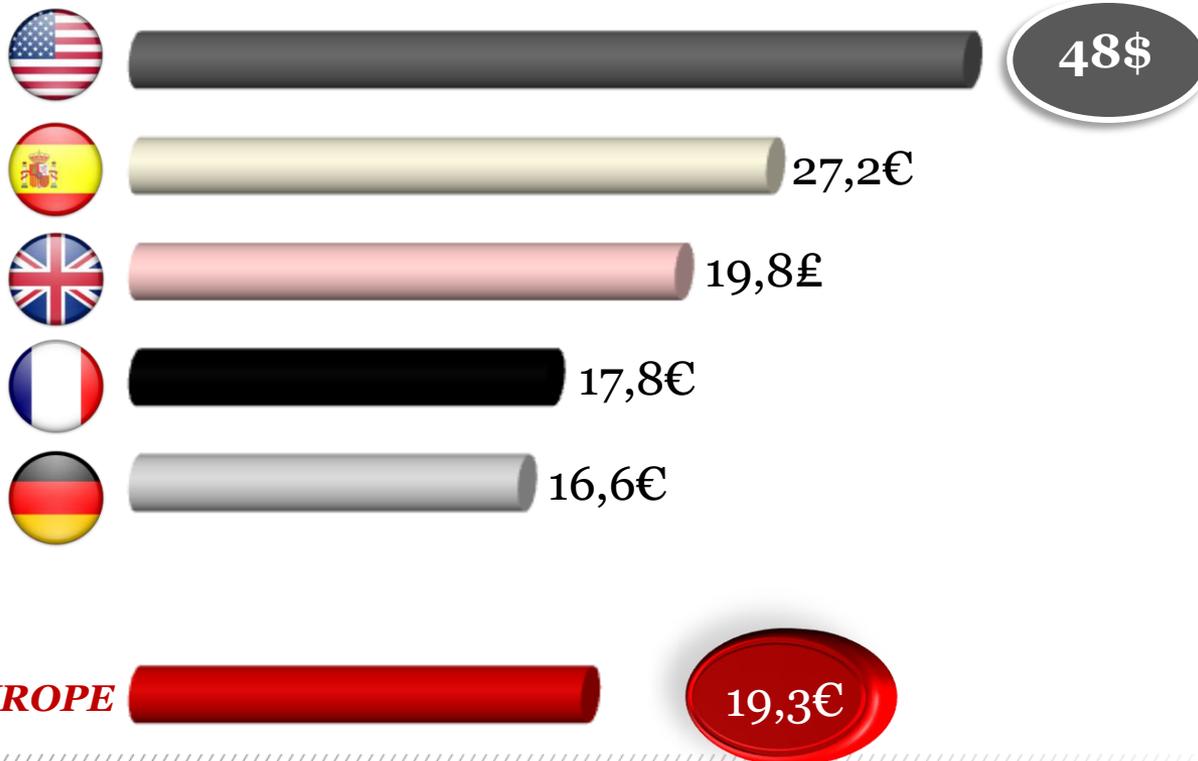
Base: utilisateurs



De fortes disparités selon les pays

Les **US leader** sur les **dépenses** :

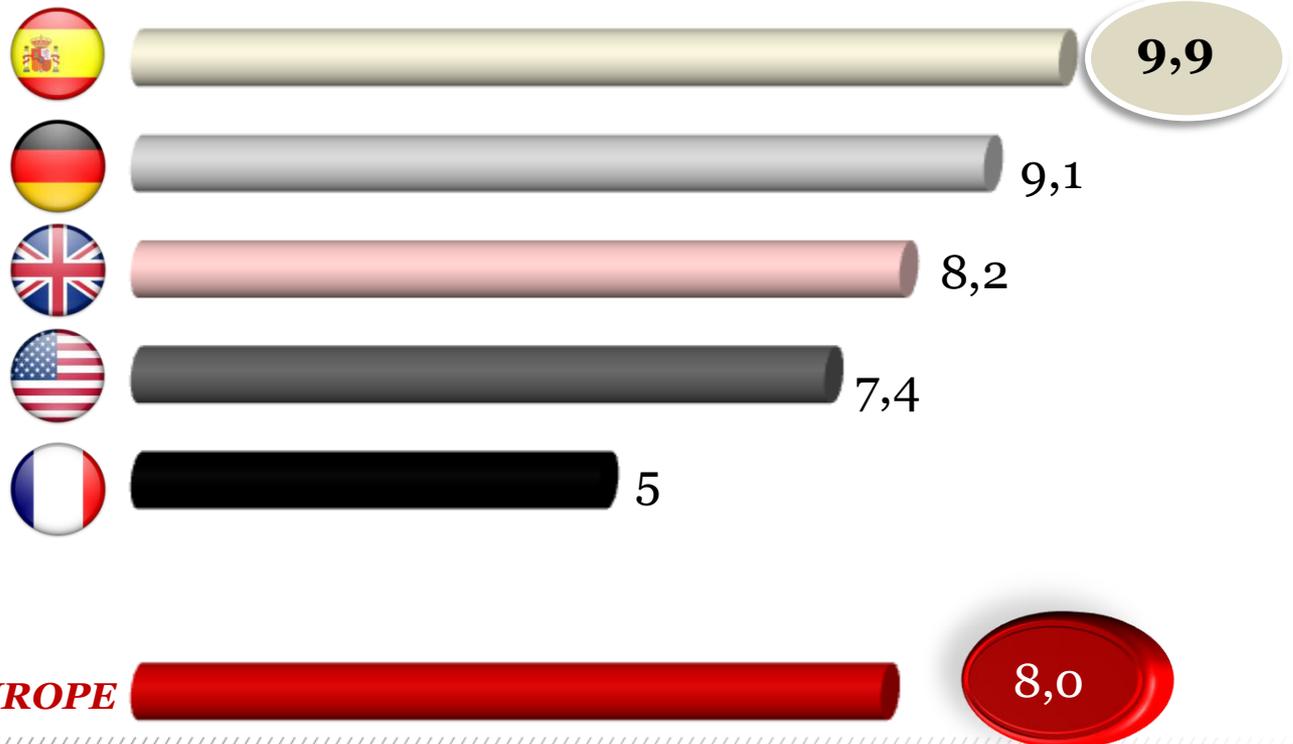
Budget moyen mensuel



L'Espagne leader sur la fréquence des **transactions** :

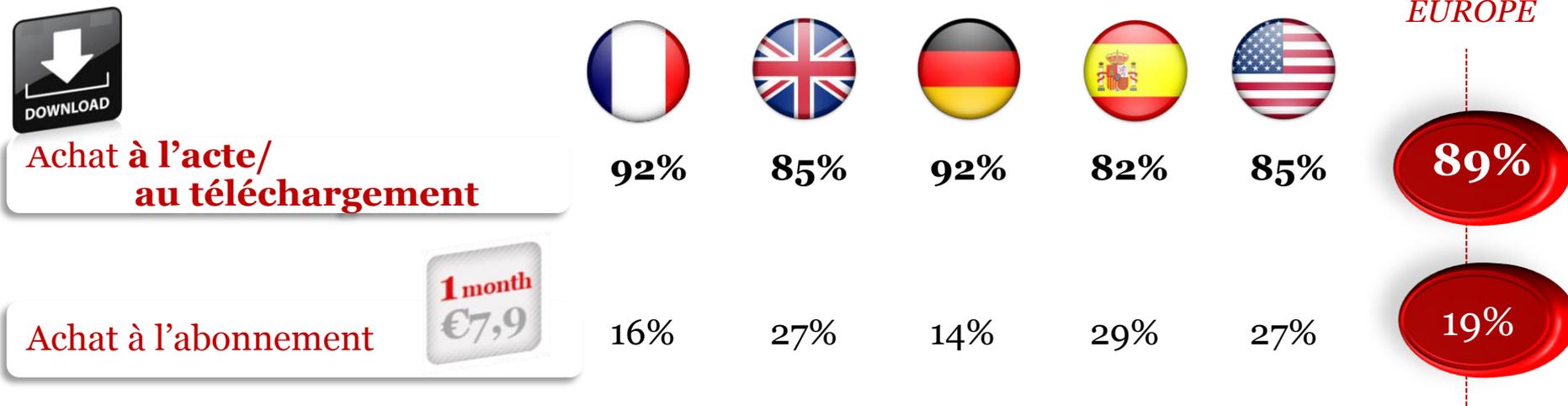
... la France en léger retrait

Nombre moyen mensuel de transactions total



- Le paiement à l'acte reste le principal mode d'achat

Question : Pouvez-vous préciser les formules d'achats utilisées, est-ce des achats à l'acte/au téléchargement ou des formules d'abonnement ?
Base: utilisateurs



• quelque soit le pays

• quelque soit le contenu/service

Les utilisateurs du Micropaiement sont davantage...

...des Hommes

...âgés de 15 à 34 ans
(jusqu'à 39 ans aux US)

...ayant un statut CSP+
en France uniquement
(clivage moins marqué
dans les autres pays)

...vivant dans des
agglomérations de plus
de 200 000 habitants

• aucune disparité par pays

Le Micropaiement:
Focus Thématique:

Section 4

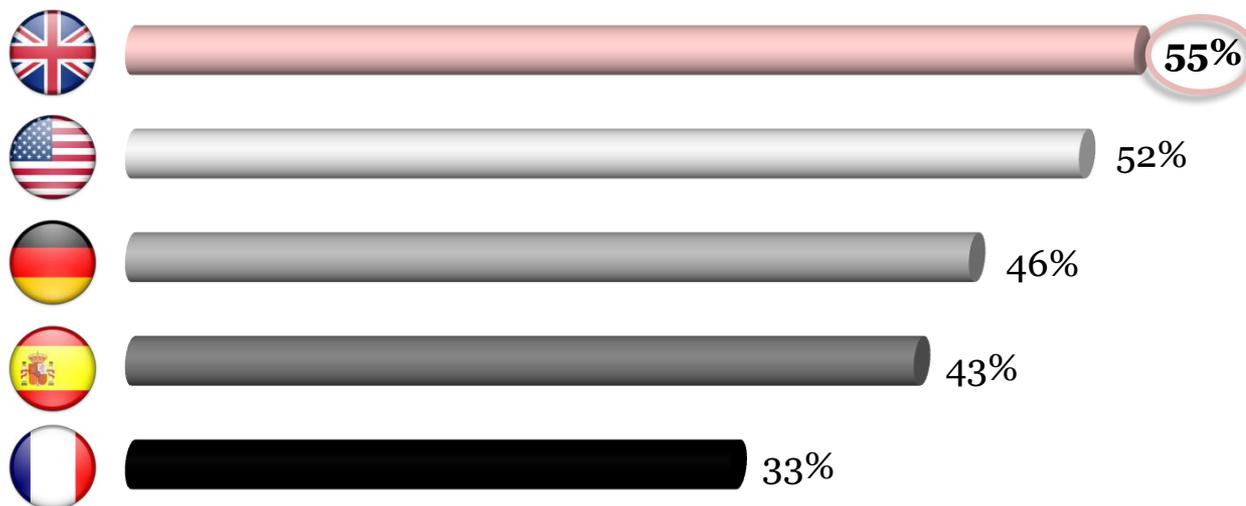
- **La Musique**
- Les Jeux en ligne
- Les Médias d'Information



le contenu le plus acheté en Micropaiement

Près de la moitié (47%) des utilisateurs européens achètent de la Musique en ligne

Les anglophones: les plus gros consommateurs



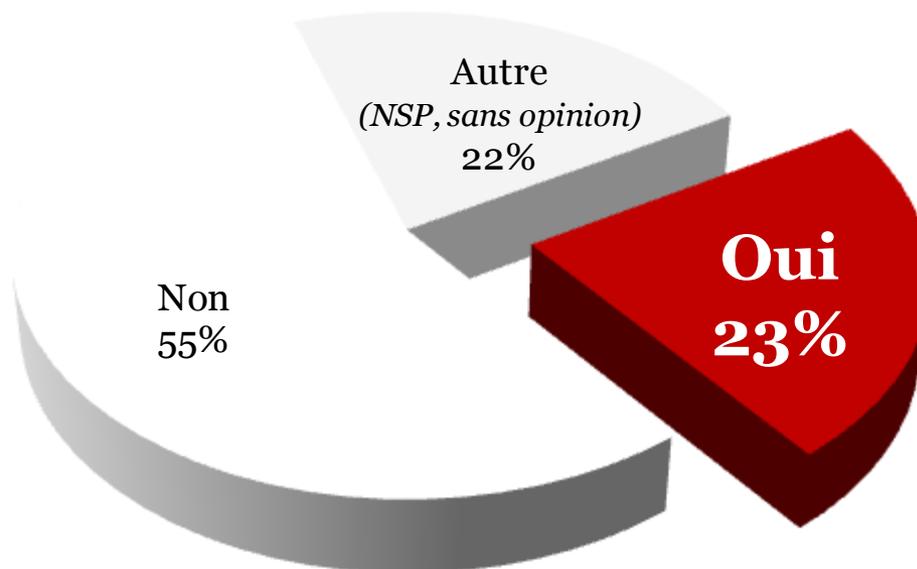
Moyenne EUROPE (Oui)

47%



23% des internautes français sont prêts à payer pour de la Musique en ligne

% d'internautes prêts à payer pour de la Musique en ligne
Base : Total

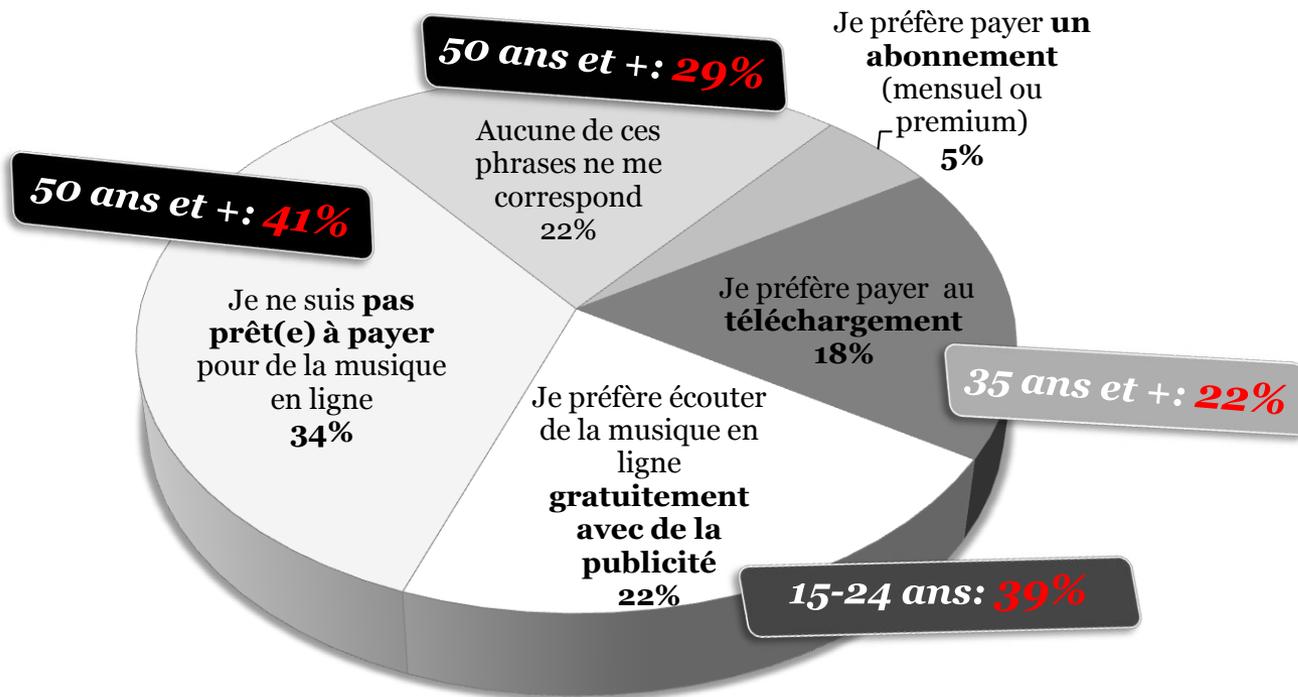




A chaque âge, sa préférence:

Question: Concernant la musique, pouvez-vous nous préciser quelle phrase correspond le mieux à vos attentes pour avoir accès à de la musique en ligne (sur votre mobile, votre mp3, votre PC...)?

Base : Total



Le Micropaiement:
Focus Thématique:

Section 4

- La Musique
- **Les Jeux en ligne**
- Les Médias d'Information



la plus achetée en Micropaiement

20% des utilisateurs *(en Europe et aux US)* **achètent des Jeux en ligne**

- avec une fréquence mensuelle moyenne de **3,2 transactions**
- pour un budget moyen de **8€**

Nb moyen de transactions total/mois



1,8



3,8



3,1



3,6



5,8

Moyenne EUROPE

3,2



Budget moyen mensuel



7,1€



8,5£



7,0€



10,3€



27,1\$

8,0€

Les Américains: plus assidus et dépensiers que les Européens



ont acheté des Jeux en ligne

... principalement
via leur ordinateur

Plateformes d'achats des jeux payants

via un ordinateur



via un téléphone
mobile



sur une tablette PC/
ebook (iPad, Kindle,
Sony reader...)



... pour différents types de
contenus

Types de contenus achetés sur les jeux payants

Téléchargement d'un jeu



Monnaie virtuelle, biens virtuels



Abonnement du jeu
(hebdomadaire, mensuel, annuel)



Compte Premium/VIP donnant
droit à des fonctionnalités
supplémentaires à l'intérieur du
jeu



Le Micropaiement:
Focus Thématique:

Section 4

- La Musique
- Les Jeux en ligne
- **Les Médias d'Information**

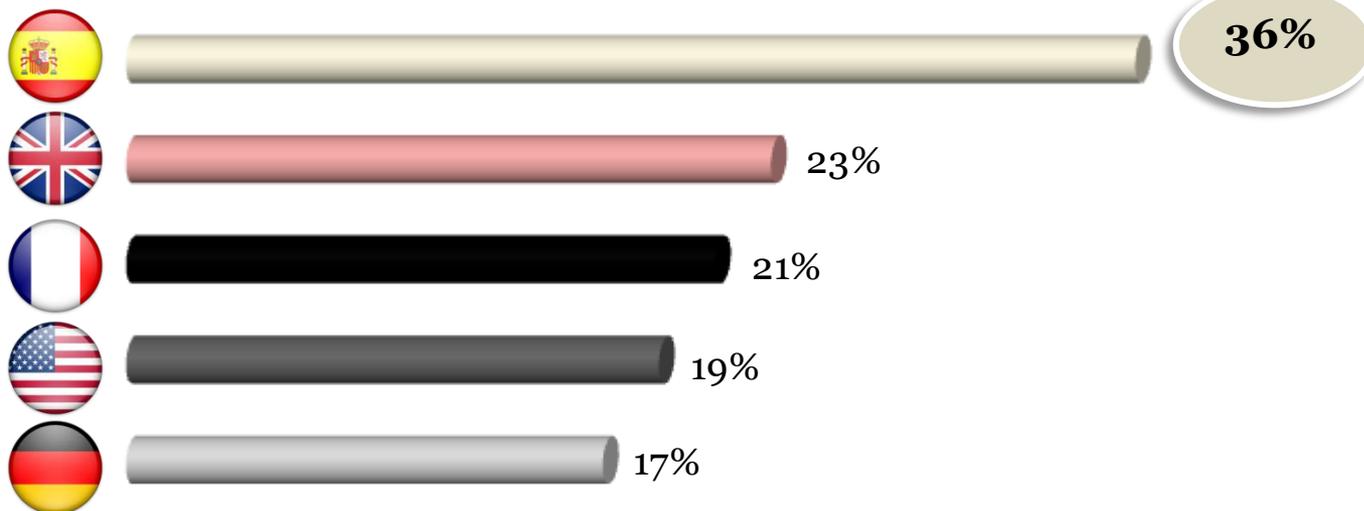


à payer pour des contenus d'Information en ligne

Les Espagnols sont, de loin, les plus disposés à payer pour de l'information en ligne (36%)

Question : En ce qui concerne les sites d'information, êtes-vous prêt à payer pour accéder à des informations en temps réel (actualités économiques, sportives, culturelles, internationales...)?

Base : Total



Moyenne EUROPE (Oui)



22%

21% des internautes français prêts à payer

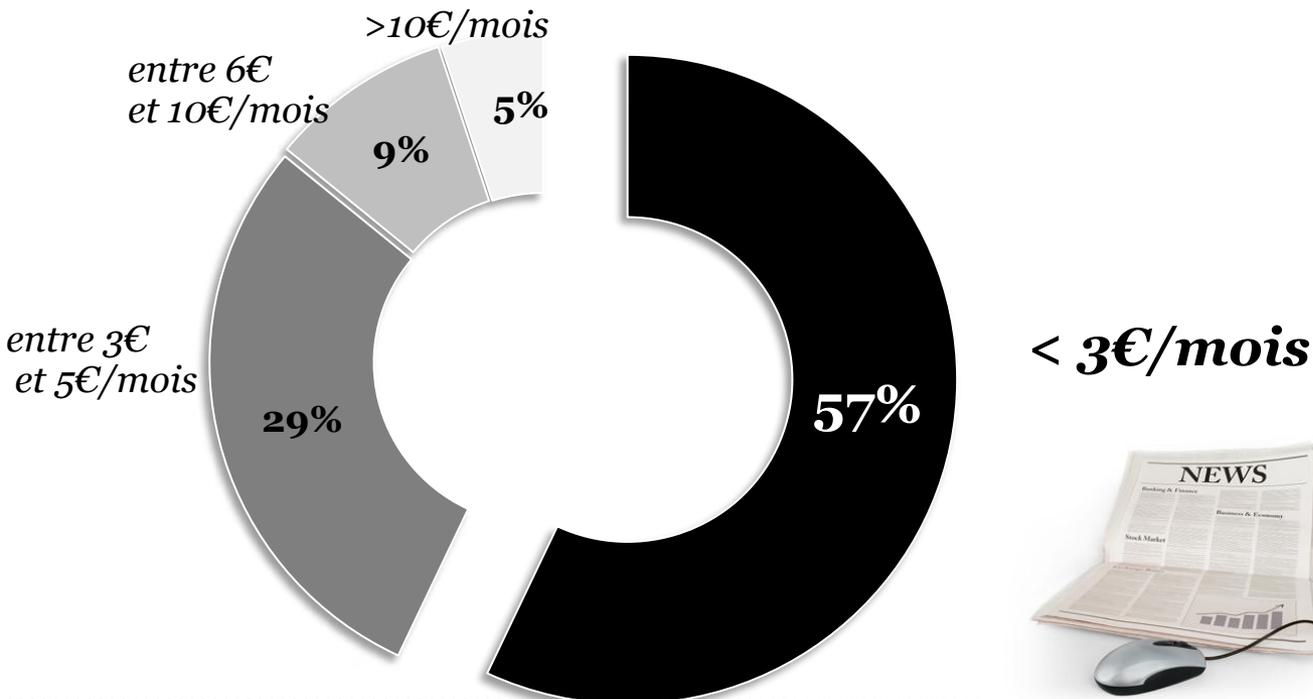


pour des contenus d'Information en ligne

En grande majorité (57%), pour un montant inférieur à 3 €/mois

Question : Vous avez déclaré être prêt à payer pour accéder à des informations en temps réel. Quel montant maximum êtes-vous prêt à payer par mois ?

Base : France, utilisateurs prêts à payer



Conclusion

L'étude en Bref

1

Le Micropaiement est très apprécié des utilisateurs et bénéficie d'une image particulièrement positive :

- Rapidité, Simplicité et Utilité sont les 3 qualités principales attribuées aux solutions de Micropaiement et ce quelque soit le pays.

2

Le Micropaiement est une solution d'autant plus appréciée que les utilisateurs deviennent prescripteurs :

- plus de 75% des utilisateurs européens, et presque 70% des utilisateurs américains le recommanderaient à leurs proches.

3

Avec **56% de notoriété assistée**, **Allopass** se distingue auprès des utilisateurs français et se positionne comme la 2ème solution de Micropaiement en notoriété spontanée et assistée.

4

Le Micropaiement est **utilisé par 40% des internautes** en moyenne, qu'ils soient européens ou américains.

5

Parmi les utilisateurs du Micropaiement, **74% des européens choisissent un moyen de paiement alternatif** à la carte bancaire pour leurs achats en ligne d'un montant inférieur à 10€.

6

Le Micropaiement constitue une solution particulièrement plébiscitée par les internautes dans les secteurs de **la Musique et des Jeux** en ligne :

- *En tête des usages : La Musique:*
 - 47% des utilisateurs européens et 52% des utilisateurs américains achètent de la Musique en ligne.
- *Suivie par les Jeux en ligne:*
 - 20% des utilisateurs européens et américains achètent des Jeux en ligne.

7

Le Micropaiement dispose d'un **potentiel de développement**, notamment dans les Médias d'information:

- 22% des internautes européens se déclarent prêts à payer pour des contenus d'information en ligne.



Pour plus d'information:

research@hi-media.com