

Communiqué de presse

Hong Kong, l'Amérique du Nord et les Emirats ont les consommateurs les plus connectés

Hong Kong et l'Amérique du Nord ont les consommateurs les plus fortement connectés – mais les Emirats Arabes Unis s'en rapprochent de plus en plus.

Paris, le 21 juin 2016 – Le GfK Connected Consumer Index est un nouveau classement de 78 pays et huit régions du monde qui fournit une comparaison rapide et directe de l'intensité de connexion de chaque population.

L'index identifie les pays qui ont les consommateurs les plus connectés au monde, au niveau global et aussi de manière détaillée par device (smartphone, tablette, PC mobile, PC fixe, wearables, smart TV, box TV, console de jeux vidéo, e-book, voiture connectée et smart home), avec les tendances des cinq dernières années.

Il permet aux entreprises de comparer le niveau de connexion de chaque pays ou région, afin de cibler des opportunités de marché dans différents secteurs d'industrie. Cela ne concerne pas seulement les ventes de devices ou la consommation de contenus mais aussi des technologies plus traditionnelles dans le domaine de la santé ou des médias par exemple.

Le Top dix des populations les plus "connectées"

Si l'on regarde le classement du GfK Connected Consumer Index sur les deux dernières années, Hong Kong et l'Amérique du Nord (Etats-Unis, Canada et Mexique) se stabilisent en tête des pays les plus connectés.

Cependant, les Emirats Arabes Unis se rapprochent rapidement de cette position, passant de la huitième place en 2015 à une troisième place estimée cette année. De manière similaire, la Suisse est passée devant le Danemark et la Suède, grimpant de la dixième place l'année dernière à une 8ème place prévue cette année.

GfK France
40, rue Pasteur
CS 90004
92156 Suresnes Cedex
France

Tél. +33 (0)1 74 18 60 02
www.gfk.com

N° TVA : FR 30 702 004 235

SAS au capital de : 76 368 €

R.C.S. Nanterre
702 004 235 00116
SIRET : 702 004 235 00116

GfK Connected Consumer Index

classement 2015	classement 2016		score Index 2015	score Index 2016
1	1	Hong Kong	1,430	1,486
2	2	Amérique du Nord	952	1,062
8	3	Emirats Arabes Unis	829	995
3	4	Norvège	939	988
4	5	Allemagne	873	940
6	6	Arabie Saoudite	836	935
5	7	Grande Bretagne	856	916
10	8	Suisse	801	914
7	9	Danemark	835	906
9	10	Suède	807	875

La France est en retrait, distancée par ses voisins allemand, anglais ou suisse, à la seizième place (index de 710 en 2015, en progression à 758 en 2016).

Le Chili et la Jordanie font un véritable bond en connectivité

L'Index révèle aussi deux pays qui ont fait un bond en avant depuis un an en termes de connectivité de leur population, le Chili et la Jordanie.

Le Chili grimpe de sept places, de la 27ème en 2015 à la 20ème cette année, et se positionne maintenant juste derrière l'Italie, l'Irlande et l'Australie. La Jordanie, quant à elle, grimpe de la 31ème à la 23ème place – dépassant des pays tels que Chypre, le Sultanat d'Oman, la Nouvelle Zélande ou la Belgique.

Leviers clés de marché

Kevin Walsh, Director of Trends and Forecasting chez GfK, commente : “Nous constatons une tendance générale à l'amélioration de la connectivité dans tous les pays. Pour les marchés à croissance rapide, particulièrement au Moyen Orient, en Afrique et dans les pays émergents d'Asie-Pacifique, la tendance dominante reste l'adoption du smartphone. Il s'agit du principal – et souvent du premier – device des consommateurs pour se connecter aux services de données. Cette tendance devrait rester dominante dans les deux à trois prochaines années, la baisse des prix permettant à plus d'un milliard de consommateurs de se connecter avec un équipement personnel pour la première fois. »

“Pour les marchés développés, principalement l'Europe de l'Ouest et l'Amérique du Nord, les leviers de croissance se déplacent vers les prochains modes de connexion. Les wearables et les voitures connectées montrent le chemin et fournissent chacun de nouveaux bénéfices consommateurs. Les technologies Smart Home représentent une opportunité tout aussi forte, mais devraient être plus lentes et plus stables en termes de courbe d'adoption par les consommateurs.”

Les leviers propres à chaque pays sont aussi importants. Le Chili, malgré une économie plus fragile, dispose d'un environnement réglementaire relativement favorable aux investissements, ainsi qu'une forte pénétration du haut débit, comparé au reste de l'Amérique Latine. Cela s'est ainsi traduit par une hausse des ventes de Smart TV de plus de 20% l'année dernière, et GfK anticipe une nouvelle croissance de 12% cette année.

Kevin Walsh poursuit : “Alors que les marchés technologiques mûrissent, nous voyons que les leviers locaux ont un impact de plus en plus fort sur la croissance, contrairement aux tendances globales ou régionales – avec des consommateurs se connectant en plus grand nombre que jamais et de différentes manières.”

Pour visualiser les scores du GfK Connected Consumer Index, les

tendances sur cinq ans pour chaque région et pays, visitez
<http://connected-consumer.gfk.com/connected-consumer-index/>

-Fin-

Au sujet de l'Etude

Le GfK Connected Consumer Index fournit une mesure simple de l'intensité avec laquelle les consommateurs, dans chacun des 78 pays et 8 régions mondiales, se connectent entre eux et avec les contenus digitaux ainsi que sur quels devices. Il permet une comparaison rapide de la manière dont les différents pays et régions sont connectés au niveau individu, et fournit ainsi des tendances sur les cinq dernières années et une prévision pour l'année en cours. L'Index inclut 11 types de devices (smartphone, tablette, PC mobile, PC fixe, wearables, smart TV, box TV, console de jeux vidéo, e-book, voiture connectée et smart home) avec des données redressées sur les usages. La base de l'Index démarre à 100 points (la moyenne globale sur l'année 2010).

Au sujet de GfK

GfK fournit une information de référence sur les marchés et sur les comportements des consommateurs. Plus de 13 000 experts des études de marché combinent leur passion à leur expérience en analyse des données. GfK enrichit ainsi de sa vision globale les insights locaux dans plus de 100 pays. Grâce à l'utilisation de technologies innovantes et à la maîtrise de l'analyse des données, GfK transforme la Big Data en Smart Data, permettant ainsi à ses clients d'améliorer leur compétitivité et d'enrichir les expériences et les choix des consommateurs.

Pour plus d'informations, veuillez visiter www.gfk.com ou suivez GfK on Twitter: <https://twitter.com/GfK>

Contacts Presse :

GfK

Frédérique Bonhomme, Tel : +33 (0) 1 74 18 67 36 /

Frederique.Bonhomme@gfk.com

Patricia Schmied, Tél : +33 (0)1 74 18 66 99 / Patricia.Schmied@gfk.com