

GfK/Médiamétrie - Référence des Equipements Multimédias 3^{ème} trimestre 2013

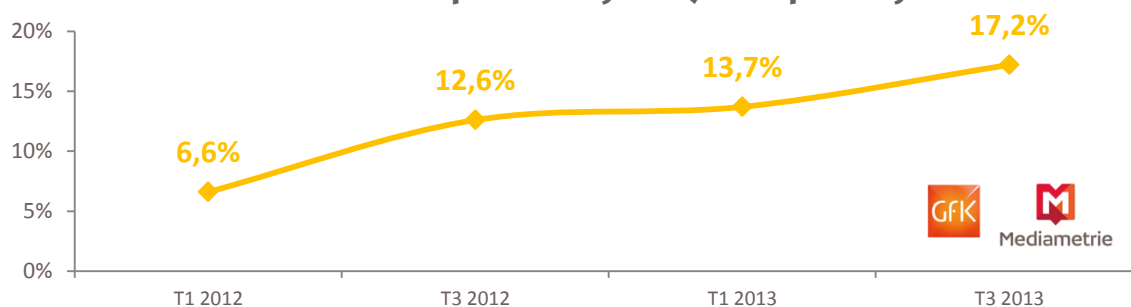
Les offres Quadruple Play gagnent du terrain



Les Français sont de plus en plus nombreux à adopter les offres Quadruple Play des opérateurs télécom. Ces forfaits uniques proposent l'accès à 4 services : Internet, téléphonie fixe et mobile et télévision.

Plus d'1 foyer sur 6 (17,2%) – soit 4,7 millions de foyers - a déjà souscrit à cet abonnement tout-en-un. La progression est forte : plus de 10 points en un an et demi.

Evolution de la part de foyers Quadruple Play



Source : GfK / Médiamétrie – Référence des Equipements Multimédias – T1, T2, T3, T4 2012 / T1, T2, T3 2013 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Cette montée en puissance s'explique en grande partie par l'attractivité de ces offres qui permettent notamment de réduire les coûts de forfait mobile à l'heure où plus de 9 foyers sur 10 possèdent un téléphone mobile. On peut supposer que leur choix se porte souvent sur des forfaits incluant l'internet mobile dans un contexte de croissance soutenue du nombre de mobinautes.

Plus généralement ces offres répondent à l'augmentation constante du nombre d'écrans : les foyers en possèdent 6,4 en moyenne contre 6,2 il y a un an. Une progression notamment portée par celle des écrans connectés et mobiles. En effet, 4,7 millions de foyers possèdent à la fois ordinateur portable, téléphone mobile et tablette soit 2 fois plus qu'il y a un an! Et la quasi-totalité des foyers sont dotés de téléviseur (98,1%).

Ces foyers multi-équipés (ordinateur portable + téléphone mobile + tablette) ont d'ailleurs un profil similaire à celui des foyers Quadruple Play. La moitié d'entre eux sont des familles d'au moins 3 personnes (vs 32% en moyenne). Dans 37% des cas, le chef de foyer est âgé de 35 à 49 ans (vs 27% en moyenne) et un foyer sur 2 est CSP+ (vs 31% en moyenne).

La Référence des Équipements Multimédias

Produit de l'expertise conjointe de GfK et Médiamétrie, dont le terrain est réalisé par ISL, la Référence des Equipements Multimédias constitue l'unique étude proposant une vision globale et évolutive du parc média et multimédia des foyers (équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques) et de l'accès Internet.

Réalisée auprès de 22 000 foyers représentatifs de la population française, cette enquête trimestrielle constitue la mesure de référence des équipements médias et multimédias des Français. Quant à la sélection d'équipements à utilisation individuelle, GfK et Médiamétrie mettent également à disposition des résultats en termes d'individus utilisateurs.

A propos du groupe GfK

Le groupe GfK offre de nouveaux horizons sur la manière dont les groupes d'individus pensent, agissent et consomment chaque jour. Classé parmi le Top 5 des sociétés d'études de marché les plus performantes au monde, le groupe GfK est présent dans plus de 100 pays et emploie plus de 13.000 collaborateurs. En 2012, le groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1,51 milliard d'euros.

Web : www.gfk.com

Twitter : www.twitter.com/GfK_en

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr

GfK : Raphaël Couderc

Tel : 01 74 18 61 57

raphael.couderc@gfk.com