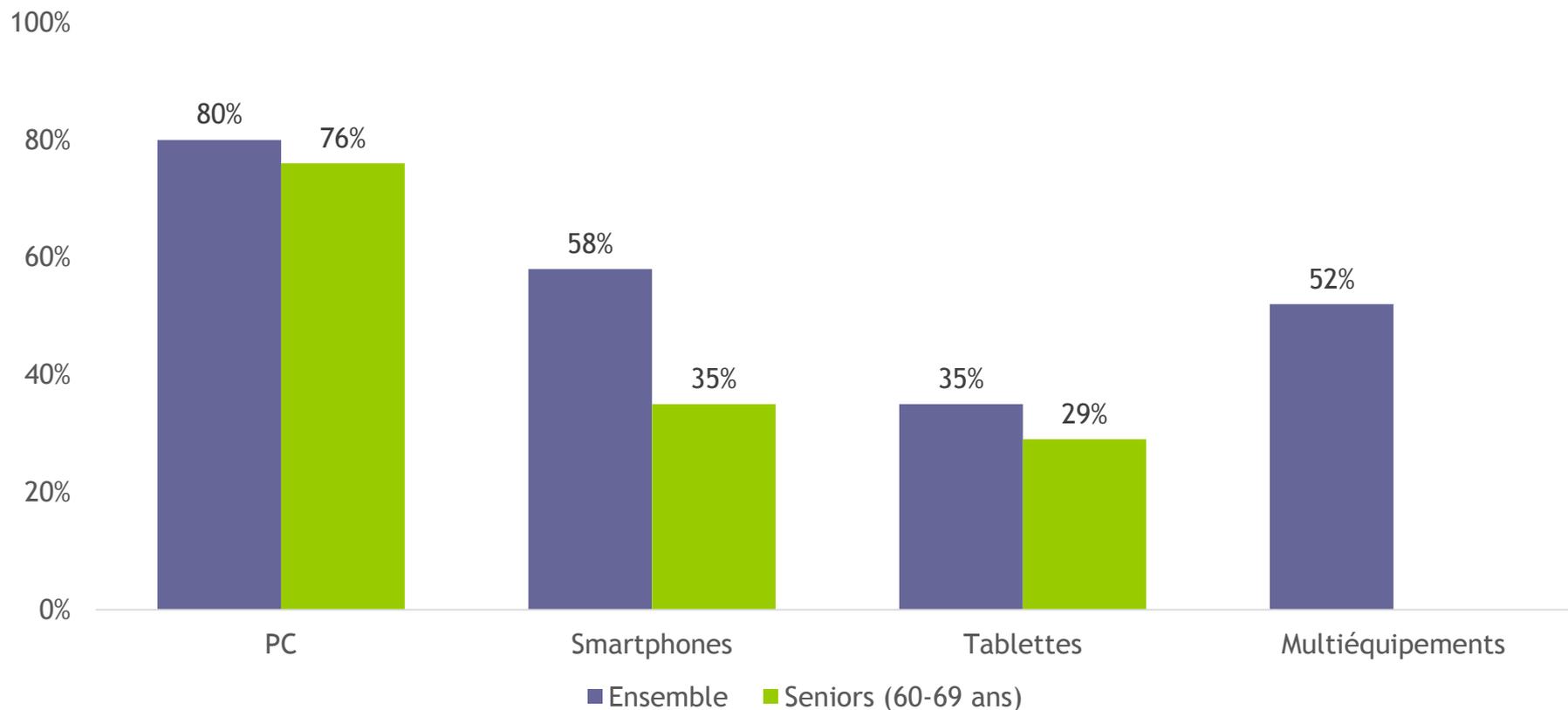


*Panorama de la
France numérique
2015-2016*

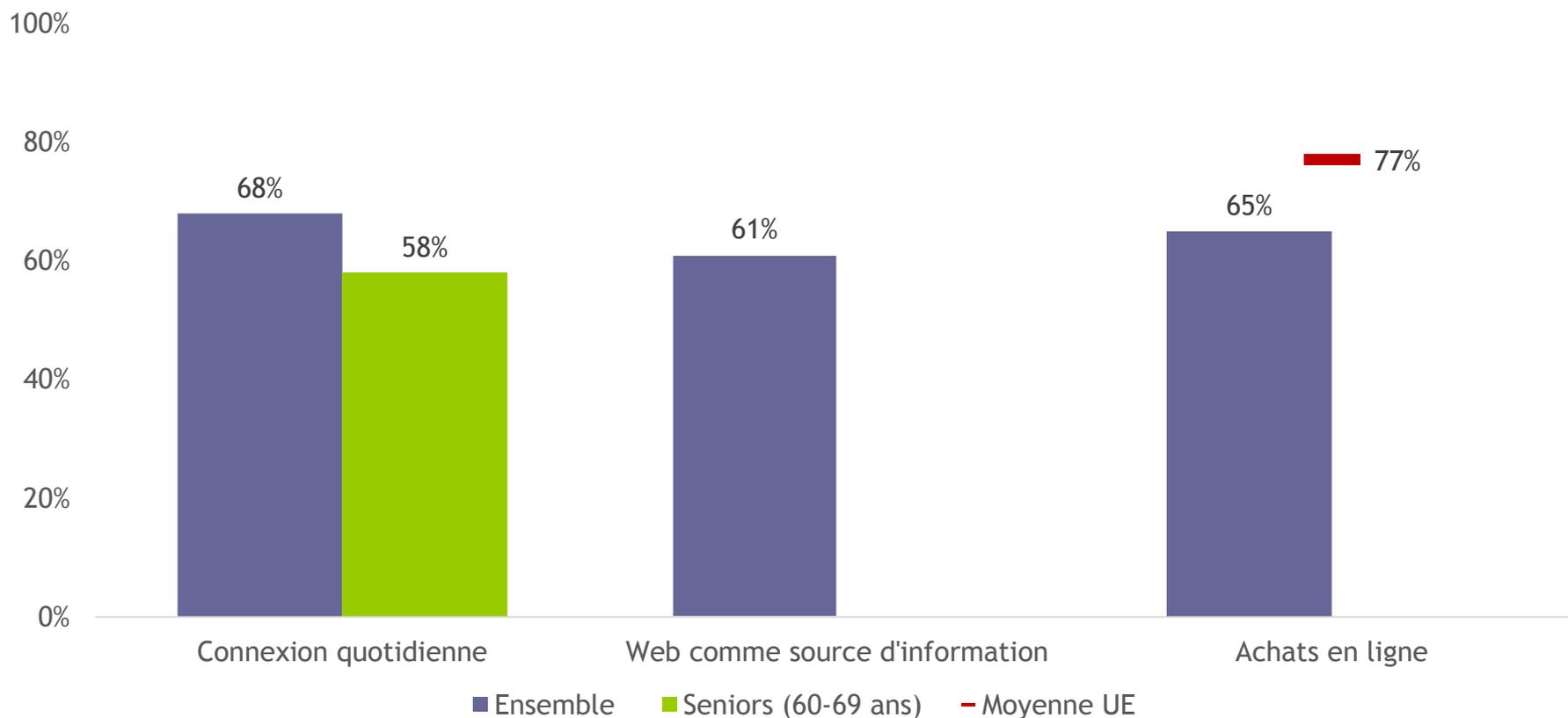
Smartphones et tablettes en plein essor. Les PC culminent. L'équipement se propage dans toutes les classes d'âge, notamment grâce aux tablettes.

EQUIPEMENT NUMERIQUE



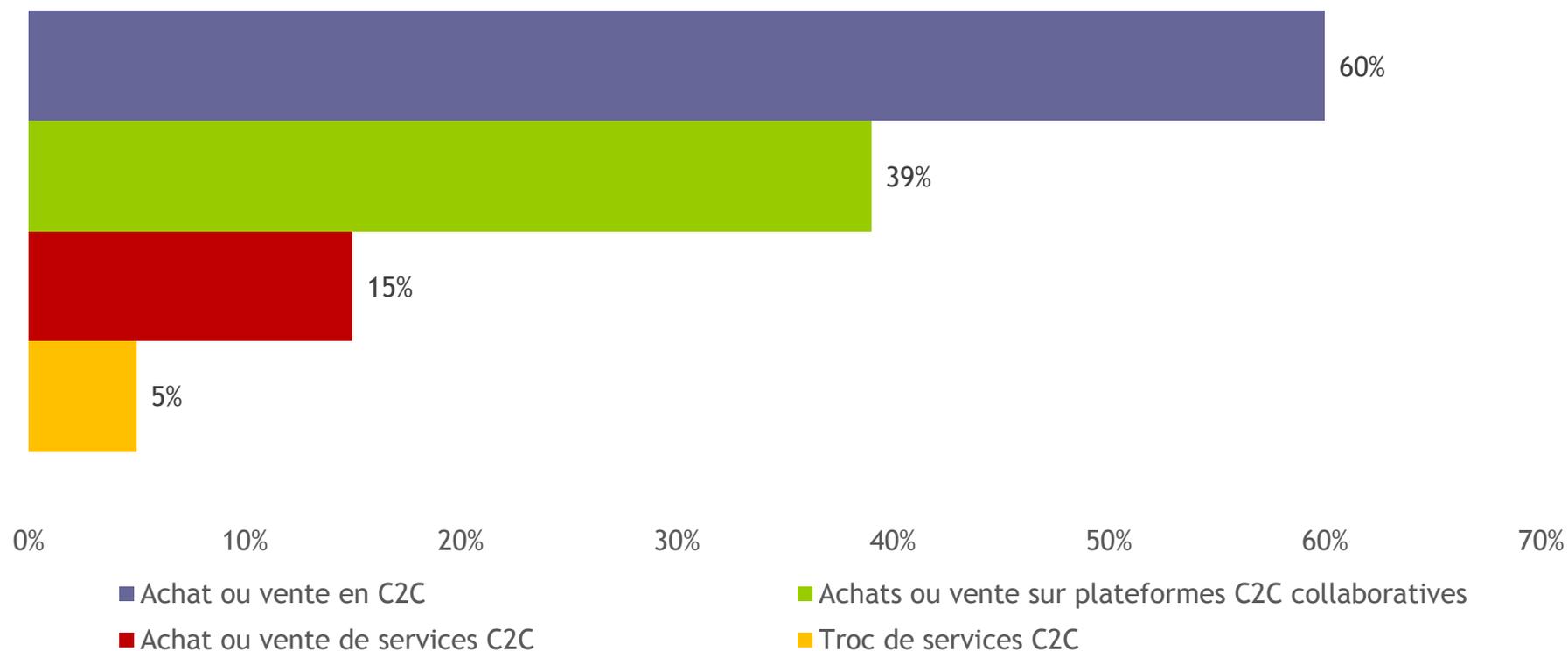
Un usage intensif (quotidien) et extensif (information et achats), mais encore en retrait de la moyenne européenne.

COMPORTEMENTS SUR INTERNET



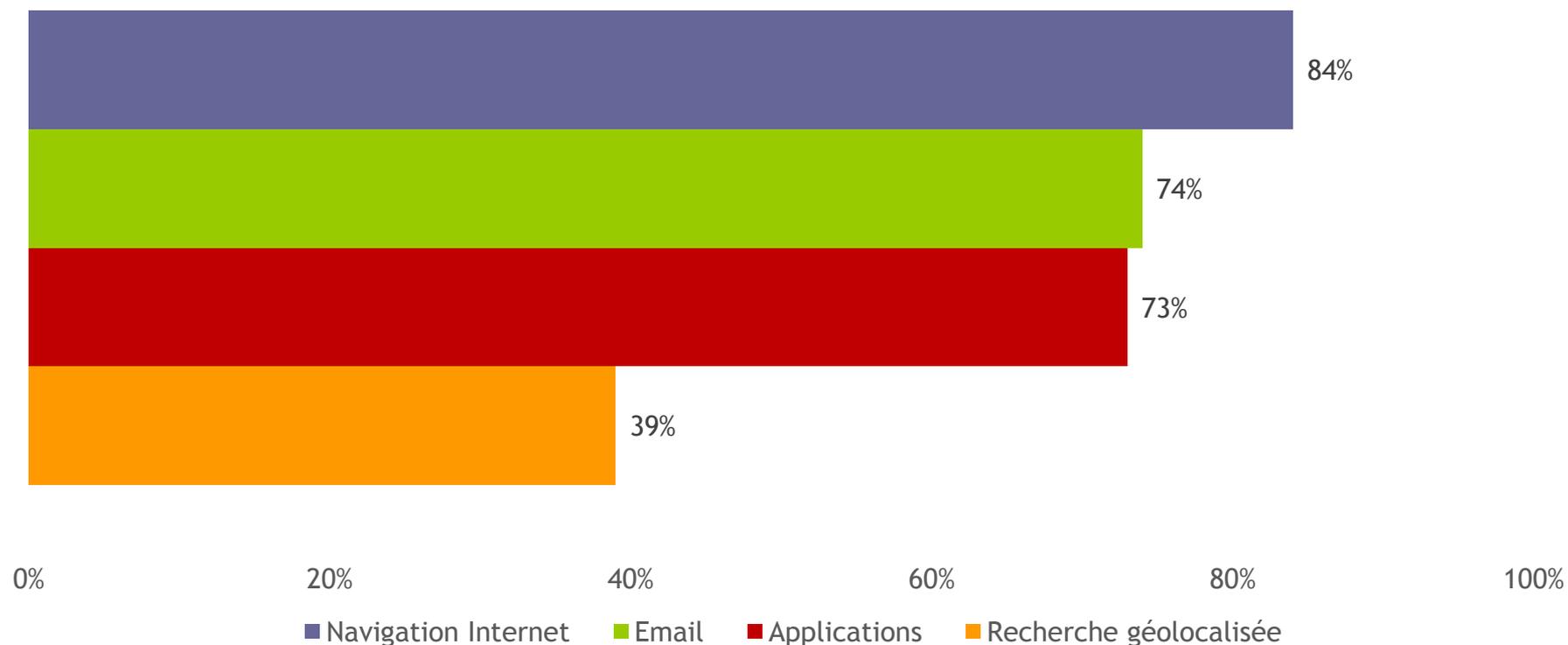
Entre effet bobo et effet d'aubaine, l'uberisation et l'horizontalisation de l'économie ne sont plus au stade expérimental.

RECOURS A L'ECONOMIE COLLABORATIVE



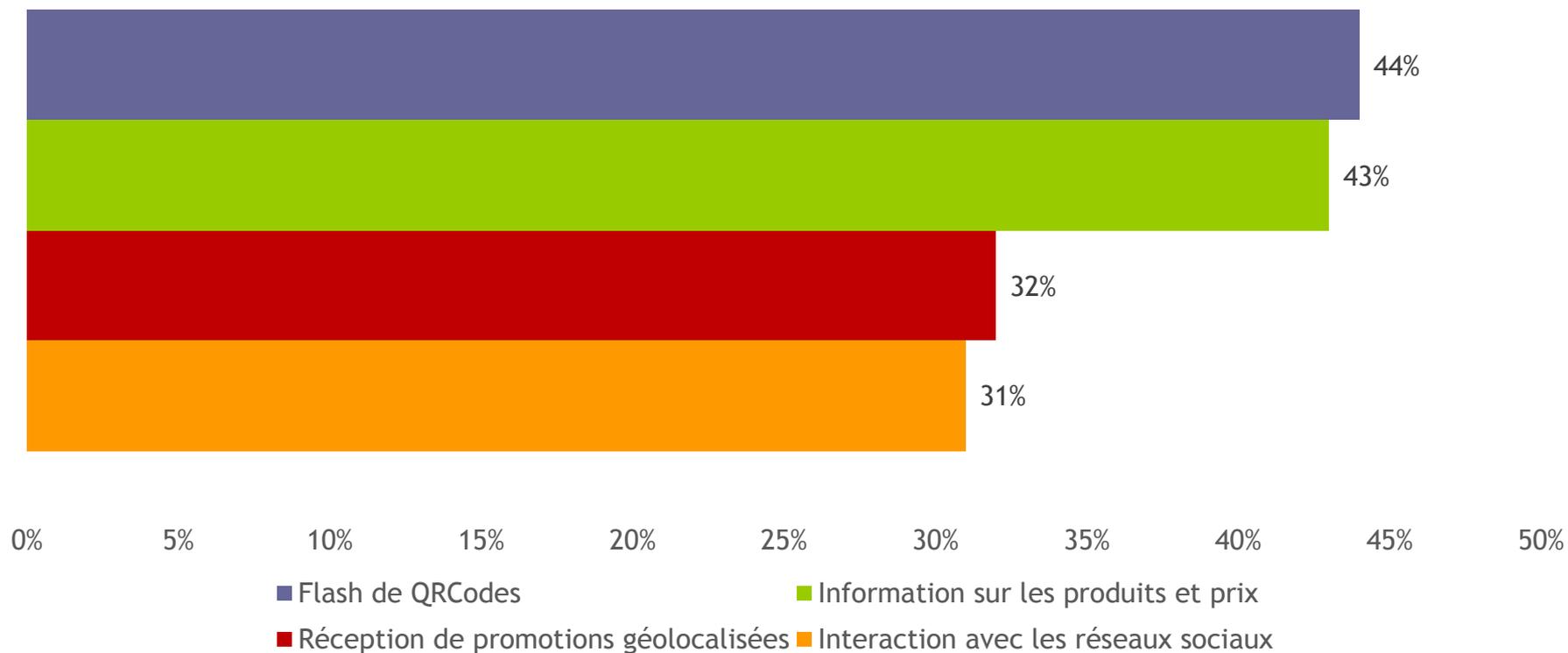
Une polyvalence du smartphone largement exploitée.

COMPORTEMENTS SUR MOBILE



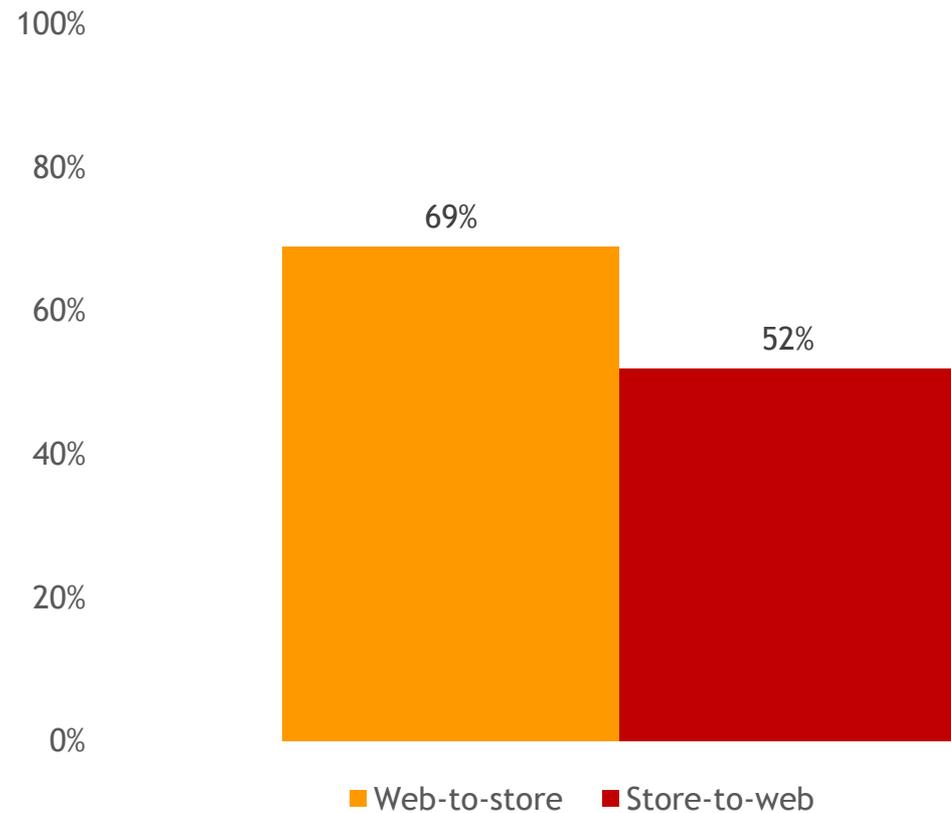
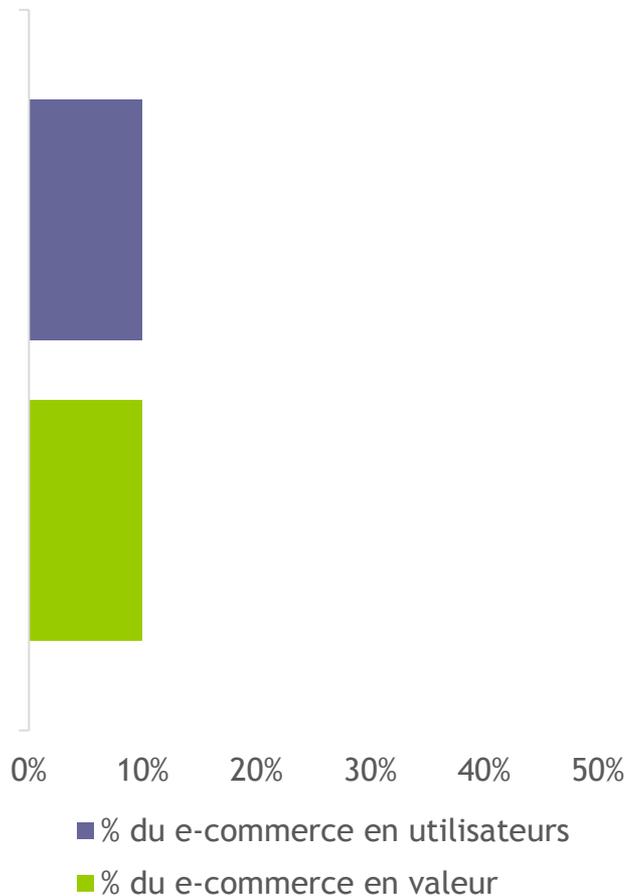
Plus qu'un outil nomade : une passerelle instantanée entre le monde réel et le monde virtuel.

COMPORTEMENTS SUR MOBILE EN POINT DE VENTE



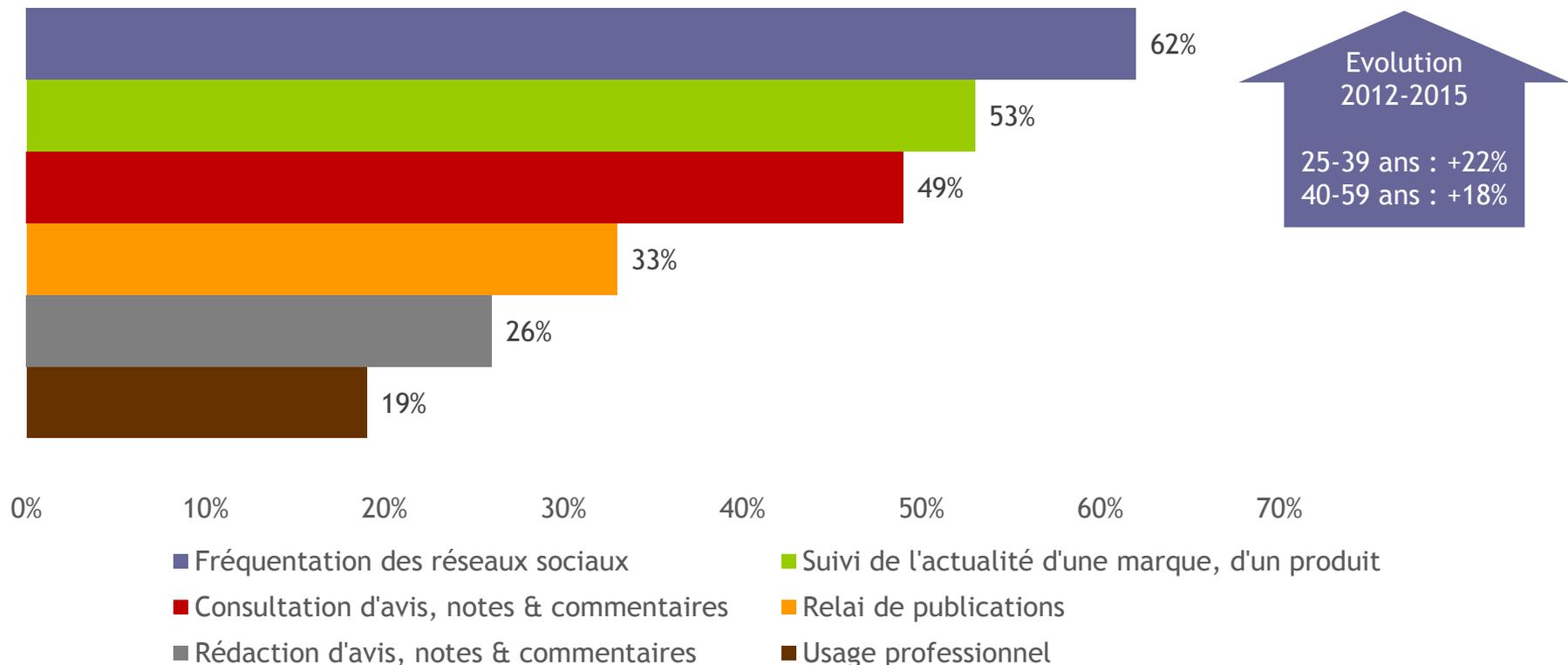
Pas encore « mobile only » mais une véritable synergie « click & mortar ».

COMPORTEMENTS M-COMMERCE



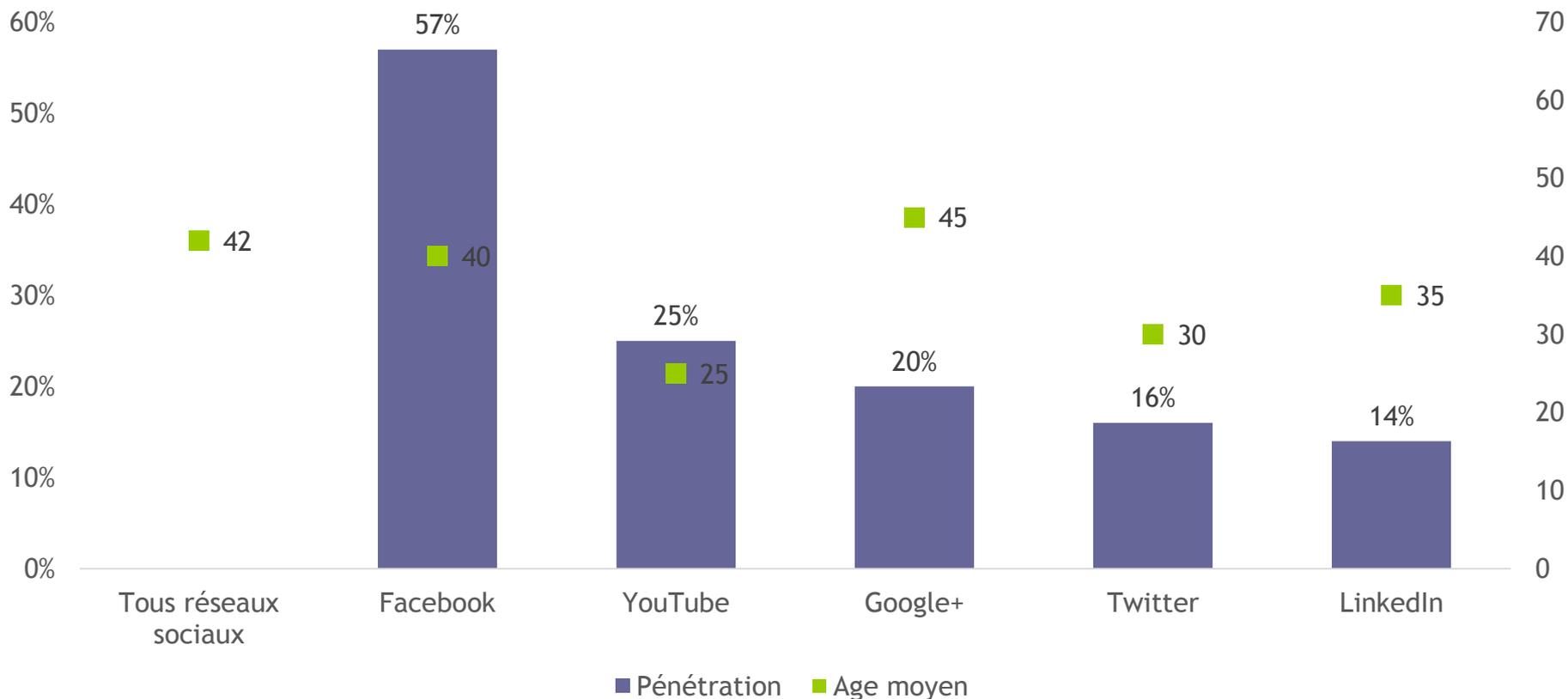
La rapide diffusion dans toutes les classes d'âge et la lente émergence d'un usage interactif et professionnel des réseaux sociaux.

COMPORTEMENTS SUR LES MEDIAS SOCIAUX



La prédominance de Facebook, en pénétration du marché comme en largeur de spectre d'âge. La diversité des médias sociaux permet une couverture de toutes les catégories.

PALMARES DES RESEAUX SOCIAUX



Des spécificités à prendre en compte pour une bonne affinité des cibles adressées dans leurs comportements, attitudes et aspirations

PROFILS ET TENDANCES DES RESEAUX SOCIAUX

Facebook	YouTube	Google+	Twitter	LinkedIn
Notoriété Acquisition Trafic Social CRM Insight consommateurs	Story-telling Collaboration avec les youtubeurs	Social commerce	RP Corporate B2B Social selling Social CRM	Marque employeur Corporate Social selling B2B
CONVERSATIONNEL	DIVERTISSEMENT	COMMUNAUTAIRE	ACTUALITE LIVE	PROFESSIONNEL

Usages nomades

- 36% sur smartphone
- 10% sur tablette



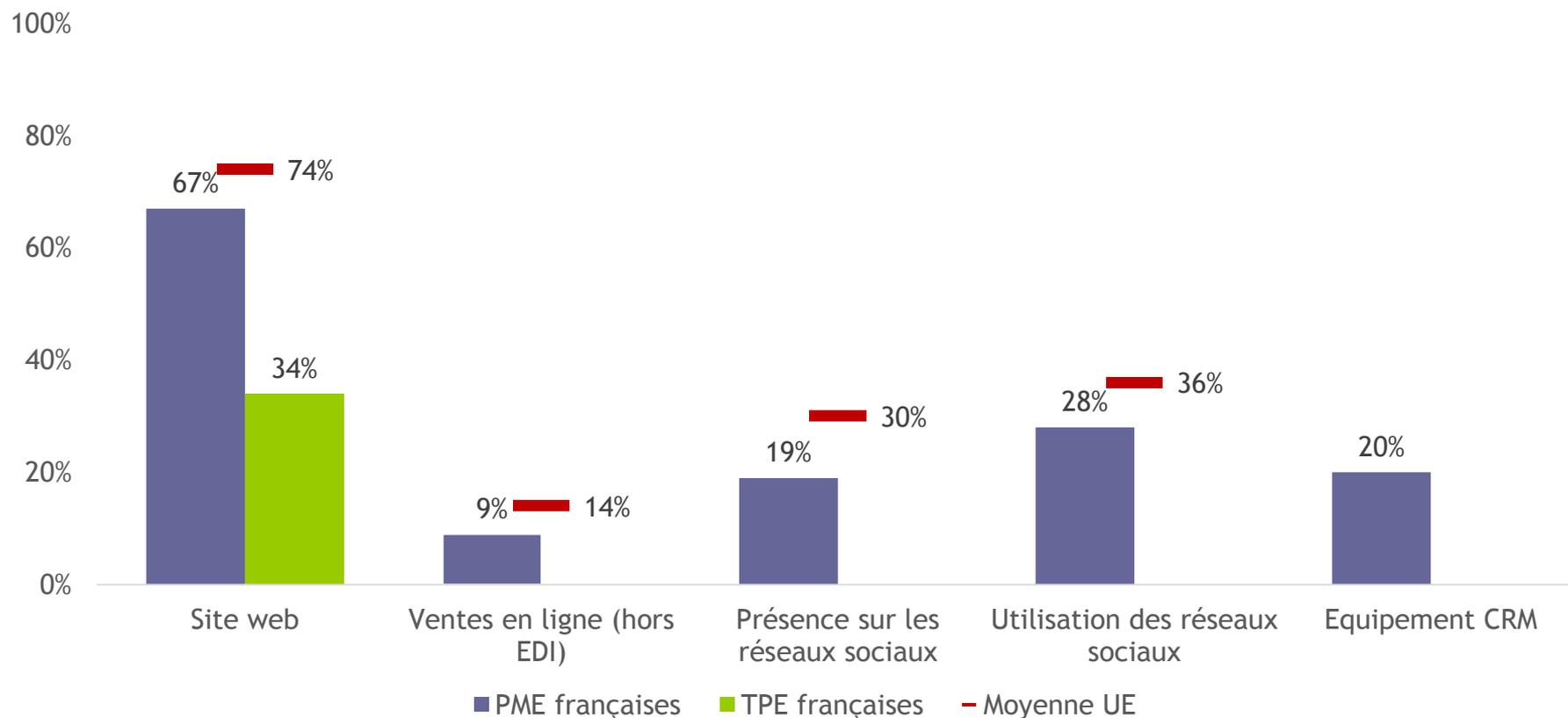
Accompagnement intégral du parcours d'achat

- Informations
- Actualité
- Recommandations
- Promotions
- In store
- CRM

Conversationnel autour de l'actualité

Des entreprises, particulièrement les TPE-PME, encore très en retrait de la moyenne européenne et surtout des usages des consommateurs.

MOBILISATION DES OUTILS DIGITAUX



La digitalisation inter-entreprises encore balbutiante malgré les EDI. Vers une plus grande porosité des TPE-PME aux usages grand-public ?

CONTRIBUTION DU E-BUSINESS AU CA B2B

