

L'iPhone 4 pourrait être vendu à près d'un million d'exemplaires en France

Paris, le 25 juin 2010 — Le secteur de la téléphonie mobile a connu ces deux dernières années une réelle métamorphose, sous l'impulsion des smartphones et en particulier de l'iPhone de Apple.

D'après les chiffres communiqués par les opérateurs de téléphonie mobile, plus de 3 millions d'iPhone ont déjà été vendus uniquement en France. Avec le lancement mondial de son nouveau modèle, l'iPhone 4, Apple est en droit de s'attendre à un nouveau succès commercial.

Harris Interactive a ainsi souhaité mesurer les intentions d'achat des Français vis-à-vis de l'iPhone 4, et à interrogé 1000 personnes représentatives de la population française âgée de 15 ans et plus, entre le 16 et le 23 juin 2010.

63% des Français ont entendu parler du lancement de l'iPhone 4

Apple a réussi à mener une communication de masse tout en touchant spécifiquement l'ensemble de ces cibles.

A la question « *L'iPhone 4 sera commercialisé prochainement. En avez-vous entendu parler ?* » 63% des Français affirmaient que oui.

- Cette notoriété passe outre la barrière de l'âge qui est pourtant fréquente pour les produits technologiques. C'est ainsi que 64% des 50 ans et plus déclarent avoir connaissance de la commercialisation de l'iPhone 4 (contre 68% des 15/24 ans).
- A noter que les cibles principales de l'iPhone 4 sont les mieux informées. C'est ainsi que 77% des mobinautes (utilisateurs d'Internet sur leur téléphone mobile), 72% des hommes (contre 55% des femmes) et 69% des CSP+ (contre 58% des CSP-) déclaraient savoir que le lancement allait avoir lieu prochainement. Cette proportion atteint même 90 % pour les possesseurs actuels d'iPhone.

6% des Français ont l'intention de l'acheter (dont 2% certainement), ce qui pourrait amener l'iPhone 4 à être vendu à près d'1 million d'exemplaires

Les intentions d'achat déclarées laissent penser qu'Apple se dirige vers un nouveau succès commercial avec l'iPhone 4.

A la question « *Lorsque l'iPhone 4 sera commercialisé, diriez-vous que vous... ?* », un peu plus de **2% ont déclaré qu'ils l'achèteront certainement, 4% qu'ils l'achèteront probablement et 20% qu'ils ne savent pas** s'ils l'achèteront ou non.

Même si ces chiffres peuvent paraître faibles dans l'absolu et qu'il y a toujours un écart entre les intentions et les achats effectivement réalisés, cela représente environ 1,2 million d'intentions d'achat certaines auxquelles s'ajoutent 1,9 million d'intentions achat probables, soit au total d'un peu plus de 3 millions d'intentions d'achat déclarées.

- Les personnes les mieux informées sont également celles qui montrent les plus fortes intentions d'achat. C'est ainsi que les CSP+ (qui sont les plus informées) sont près de 5% à déclarer qu'ils l'achèteront certainement et que 4% des hommes se positionnent de la même façon (contre 1% des

femmes). Le critère de l'âge n'est pas segmentant, confortant le pouvoir de séduction transgénérationnel de l'iPhone 4.

- Le succès annoncé découle également de la capacité d'Apple à fédérer une réelle communauté engagée autour d'elle. C'est ainsi que les possesseurs actuels d'iPhone représentent 64% des intentions d'achat certaines. L'iPhone 4 se révèle être à la fois séducteur pour les équipés iPhone actuels, mais aussi capable d'attirer de nouveaux clients, non équipés d'un iPhone actuellement.

*_**

Méthodologie

Ce sondage a été réalisé en ligne par Harris Interactive du 16 au 23 Juin 2010, auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatives de la population française, âgées de 15 ans et plus. Les répondants ont été sélectionnés au sein de l'access panel d'Harris Interactive et gérés par quotas et redressements sur les critères de sexe, d'âge, région, et de catégorie socioprofessionnelle.

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr