

Alliance Digitale publie le baromètre 2022 du Marketing Mobile

Paris, le 25 octobre 2022

A l'ouverture de ce dernier trimestre et pour éclairer les entreprises dans la construction de leur budget 2023 et l'allocation de leurs ressources, Alliance Digitale publie son baromètre du Marketing Mobile : parrainé par BNP Paribas qui en a eu la primeur en tant que partenaire privilégié de l'Association, ce baromètre agrège une soixante d'indicateurs fournis par 11 membres ou partenaires d'Alliance Digitale : Addict Mobile, l'AF2M, Cartes Bancaires CB, Comscore, Criteo, data.ai, Kantar, Médiamétrie, Numberly, Paylib et le SRI.

Le baromètre 2022 du Marketing Mobiles est organisé en 5 parties : les usages, l'expérience mobile, le messaging, la publicité et le commerce mobile.

Parmi les résultats les plus marquants, on note un retour à une situation plus normale qu'en 2020, année Covid, et qui confirme la place majoritaire du mobile et l'importance croissante des soutions que le mobile propose dans le panorama digital :

- Les deux tiers (**67%**) du temps passé sur Internet se font sur mobile ;
- Les pratiques de communication arrivent en tête des usages de l'Internet mobile avec plus de **80%** des mobinautes qui consultent leur boîte mail, les $\frac{3}{4}$ qui utilisent des messageries instantanées ou SMS et plus de **70%** les réseaux sociaux ;
- Moins d'applications ont été téléchargées en 2021 (- 4% en France) mais le temps passé dans les applications augmente encore de **6%** ;
- Le temps passé sur TikTok augmente de **22%** marquant une forte progression de ce réseau social en particulier ;
- Le taux de lecture des e-mails sur mobile passe de 57,5% sur S2 2020 à **63,4%** sur S2 2021 ;
- Le nombre total de SMS envoyés progresse encore et toujours (**18%**) avec une nette domination des usages transactionnels (**60%**) ;
- Le mobile est désormais le **premier média français** ;

- Avec près de **5 milliards d'€** d'investissement publicitaire en 2021, il dépasse largement la télévision, l'ordinateur ou la presse papier ;
- La publicité mobile représente les **2/3** du marché de la publicité digitale en France ;
- Les ventes sur mobile continuent de progresser et gagnent 0.6 points en 1 an, représentant **41,4%** des ventes en ligne ;
- **39 %** des mobinautes ont acheté sur smartphone au cours des 6 derniers mois ;
- Le paiement sans contact mobile s'installe plus fortement avec **46%** des utilisateurs de cartes bancaires qui détiennent l'option sans contact mobile dont **40%** l'utilisent.

L'ensemble des slides du Baromètre 2021 du Marketing Mobile est disponible sur le site de Alliance Digitale de La Mobile Marketing Association rubrique [Publications](#).

Une version compilée du Baromètre est réservée en téléchargement aux membres de La Mobile Marketing Association d'Alliance Digitale.

A propos d'Alliance Digitale

Alliance Digitale est la principale association des acteurs du marketing digital en France. Elle est issue du rapprochement de l'IAB France et de La Mobile Marketing Association. Elle rassemble la grande majorité des acteurs du secteur (Marques, Médias, Agences, Tech), soit plus de 250 entreprises différentes.

www.mobilemarketing.fr

Contact Presse Alliance Digitale

Julie Poilleux

julie.poilleux@mmaf.fr

06 58 02 42 46