

## Étude sur les enceintes à commande vocale

### Plus d'1,7 million d'utilisateurs d'enceintes à commande vocale

Elles s'appellent Amazon Echo, Google Home, Homepod (Apple) ou encore Link Series (JBL), et aujourd'hui **89%** des internautes connaissent leur existence : ce sont les enceintes connectées à commande vocale.

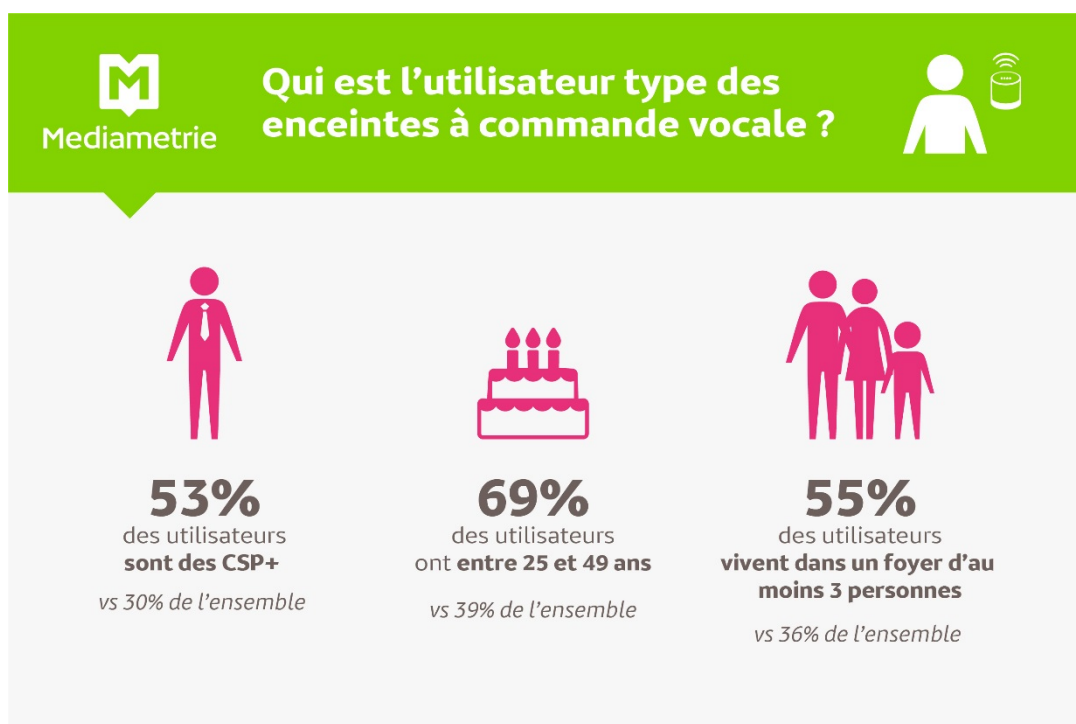
Ce nouvel équipement a su se faire une place dans le quotidien des Français, devenant ainsi le nouvel assistant personnel de plus d'**1,7 million** d'utilisateurs.

Permettant à la fois d'écouter de la musique, d'obtenir des infos pratiques en temps réel, de s'informer, d'effectuer des achats sur internet et même de piloter des équipements domotiques à distance, l'enceinte à commande vocale offre une multitude de services et séduit de plus en plus de Français. A l'approche des fêtes de fin d'année, cette tendance devrait se confirmer.

Mais qui sont les utilisateurs d'enceintes à commande vocale et quels usages font-ils de leur nouvel équipement ? Réponse dans la nouvelle étude de Médiamétrie consacrée au sujet.

#### Un utilisateur plus jeune que l'internaute moyen

Agé de **39 ans** en moyenne, l'utilisateur d'enceintes à commande vocale est plus jeune que la moyenne des internautes. Il appartient davantage aux catégories socio-professionnelles supérieures et vit dans un foyer d'au moins 3 personnes.



► Médiamétrie - Etude Enceintes à commande vocale 2018 - Internaute 15 ans et plus - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Près d'1,7 million d'utilisateurs pour les enceintes à commande vocale



## Une enceinte à commande vocale, pour quoi faire ?

Les utilisateurs d'enceintes à commande vocale 'font appel' à leur équipement avant tout pour **écouter de la musique**, usage n°1. Les usages audios au sens large - musique, radio / webradio et podcasts - sont d'ailleurs plébiscités par une très large majorité.

Puis vient l'info pratique avec des questions sur la **météo** et en 3<sup>ème</sup> position un usage média : **écouter la radio en direct**. La recherche sur internet arrive en 4<sup>ème</sup> place. En revanche, l'utilisation de l'enceinte à commande vocale pour faire du shopping ou commander un taxi ou une pizza sur internet est un usage encore peu développé.

## Un nouvel espace d'expression pour les marques ?

Il est à noter pour les marques présentes sur le net que près de la moitié des utilisateurs d'enceintes à commande vocale précisent systématiquement la source de l'information qu'ils recherchent (nom du site internet, du journal / station radio / chaîne TV...). La marque semble donc jouer un rôle important.

Afin de bénéficier de contenus et de services personnalisés, un très grand nombre d'utilisateurs d'enceintes à commande vocale seraient prêts à partager des données personnelles d'usage comme leurs goûts ou leur géolocalisation. Une partie d'entre eux seraient même disposés à communiquer des données sensibles comme leurs coordonnées personnelles ou bancaires par exemple.

Alors une enceinte à commande vocale pour Noël ? On peut compter sur le rôle prescripteur des utilisateurs qui affichent un taux de satisfaction supérieur à **70 %**.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Près d'1,7 million d'utilisateurs pour les enceintes à commande vocale

## Objectifs et Méthodologie de l'étude

L'étude sur les enceintes à commande vocale a pour objectifs :

- d'étudier la notoriété et la perception des enceintes à commande vocale par les consommateurs, à travers leur niveau de connaissance et de compréhension de cet outil, les leviers et les freins à l'acquisition,
- de mesurer le niveau d'équipement et d'usage de ces dispositifs, les motivations et les retours d'expérience de leurs utilisateurs,
- de déterminer le profil de ces primo-adoptants et connaître leurs habitudes médias.

Méthodologie :

	<b>Population de référence</b>	<b>Internautes âgés de 15 ans et plus</b>
	<b>Taille de l'échantillon</b>	<b>2 173</b> interviews dont un sur-échantillon de <b>100</b> utilisateurs d'enceinte à commande vocale
	<b>Mode de recueil</b>	Administration d'un questionnaire par <b>Internet</b> (CAWI).
	<b>Période d'enquête</b>	<b>Du 9 au 16 novembre 2018</b>

## 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, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93M€.

[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

### Contacts Presse :

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

lrellouche-filliau@mediametrie.fr

Océane Bordier

Tél : 01 47 58 97 83

obordier@mediametrie.fr