

## Médiamétrie lance une étude sur les « enceintes connectées intelligentes »

**Médiamétrie lance une étude sur les enceintes connectées Intelligentes auprès des internautes. Quelle perception en ont-ils ? Sont-ils équipés ou en ont-ils l'intention ? Quel usage en font ou feront-ils ? Quelles sont les attentes vis-à-vis de ces enceintes connectées intelligentes ? Les résultats seront publiés début décembre, assortis d'un focus Achats de Noël qui reflètera les intentions d'offrir ou de « commander » l'objet high-tech pour les fêtes.**

Pour mémoire, une enceinte connectée intelligente est un haut-parleur sans fil qui intègre un assistant vocal – Google Assistant, Siri, Alexa... – doté d'une intelligence artificielle, avec laquelle l'utilisateur interagit avec sa voix.

Apparues en 2015 en Europe, elles offrent aujourd'hui une multitude de services : allumer la lumière, écouter de la musique, consulter la météo, effectuer un achat sur internet, etc.

Cette nouvelle étude, réalisée par Médiamétrie, répond principalement à 3 objectifs :

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

Les résultats, publiés début décembre, comporteront un **focus Achats de Noël** qui analysera les intentions d'offrir ou de commander une enceinte connectée intelligente à cette occasion.

L'étude permet aux marques et aux médias de mieux **comprendre la valeur ajoutée** de **ce nouvel équipement** et des services associés **pour le consommateur** et, le cas échéant, de :

- **choisir** quelles applications ou **skills\*** développer
- **adapter un contenu** déjà existant **pour un bon référencement**
- **développer** ou **sponsoriser** des contenus audios créés pour ces enceintes

**« Le marché des enceintes connectées est en plein essor en France, sous l'impulsion des grands acteurs internationaux comme Google, Amazon et des marques historiques du marché de l'audio comme Sony, JBL, Sonos et bien d'autres. Gain de temps, confort d'utilisation, compatibilité avec les produits domotiques sont autant de promesses pouvant séduire le consommateur. Cette étude permet d'appréhender les nouveaux défis pour les marques et leur écosystème liés au développement des enceintes connectées intelligentes »,** déclare Jamila Yahia-Messaoud, directrice du département Consumer Insights de Médiamétrie.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Médiamétrie lance une étude sur les « Enceintes connectées intelligentes »

## **A propos de l'étude :**

L'étude « Enceintes connectées intelligentes » a été menée auprès d'un échantillon de 2100 internautes de 15 ans et plus, dont environ 200 utilisateurs d'enceintes connectées intelligentes. Composé de 25 questions, il prend en compte les 7 modèles d'enceintes connectées intelligentes disponibles sur le marché français à ce jour.

## **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, les Ecrans Mobiles et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.*

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

*Twitter : @Mediametrie*

*Facebook : Médiamétrie*

### **Contact Presse :**

*Isabelle Lellouche Filliau*

*Tél : 01 47 58 97 26*

*[ilellouche-filliau@mediametrie.fr](mailto:ilellouche-filliau@mediametrie.fr)*

*Benoit David*

*Tél : 01 71 09 93 18*

*[bdavid@mediametrie.fr](mailto:bdavid@mediametrie.fr)*