



[... Binto 1 os? ]\*



# Rapport

Fido/Léger Marketing  
sur la messagerie sans fil

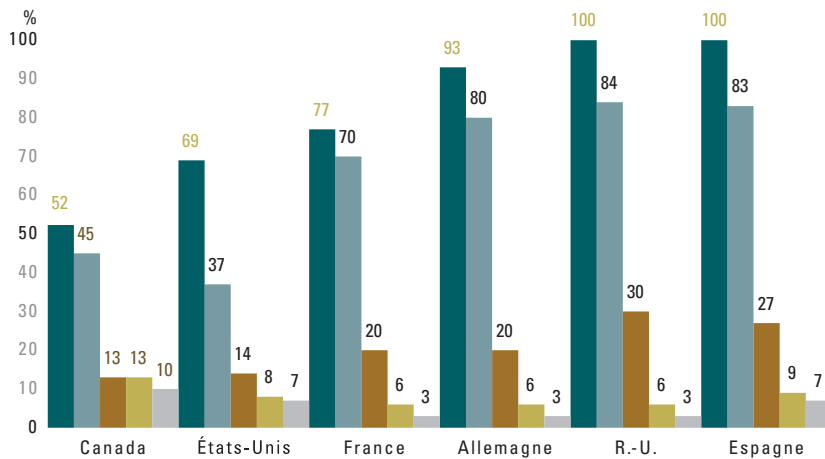


\* Bientôt un os ?

\*\* S'il-te-plait le plus rapidement possible

**Ne m'appelle pas, texte-moi !** Environ 7,8 millions de Canadiens qui utilisent le sans-fil envoient des messages textes au moyen de leur appareil. Au Canada, 737,8 millions de messages textes ont ainsi été envoyés au cours du premier trimestre de 2006 seulement, ce qui est deux fois plus qu'au cours de la même période l'an dernier. Ces chiffres sont toutefois bien inférieurs à ceux de certains pays d'Europe de l'ouest ou d'Asie où la messagerie texte est passée d'un engouement populaire à un outil de communication essentiel. Dans certains pays, plus de huit abonnés sur dix utilisent la messagerie texte (84 % au Royaume-Uni, 83 % en Espagne). Avec des statistiques comparatives de 45 % au Canada et 37 % aux États-Unis, la messagerie texte affiche encore un bon potentiel de croissance en Amérique du Nord.

### Tableau comparatif des solutions de messagerie dans des pays où le taux de pénétration du sans-fil est élevé



À court terme, parmi les solutions de messagerie disponibles, la messagerie texte est le service qui connaîtra la plus forte croissance dans l'industrie du sans-fil. Au fur et à mesure qu'elle s'impose, un plus grand nombre d'abonnés utilisent la téléphonie mobile à son plein potentiel : pour garder le contact en tout temps et en tout lieu.

Un sondage mené à l'échelle nationale a été réalisé conjointement par Fido et Léger Marketing en vue de constituer une source fiable de données sur les pratiques et les tendances en matière de messagerie sans fil au Canada. L'initiative fait ressortir une série de statistiques de base sur l'utilisation et les avantages de la messagerie sans fil et permet de dresser le profil de l'utilisateur. Il s'agit d'un des plus importants sondages consacrés exclusivement à la messagerie sans fil jamais réalisés au pays. Reconduit sur une base annuelle, il servira de baromètre de la messagerie pour toute l'industrie des communications sans fil au Canada.

### La messagerie texte : un marché en évolution

Les Canadiens sont bien conscients que les appareils sans fil offrent des possibilités qui vont bien au-delà des communications vocales. Près de neuf répondants sur dix ont déjà entendu parler des autres formes de communications sans fil : messagerie texte, courriel mobile et solutions multimédia. Ces pourcentages sont naturellement plus élevés chez les jeunes et les utilisateurs plus expérimentés.

- Taux de pénétration du sans-fil
- % d'abonnés qui utilisent la messagerie texte
- % d'abonnés qui utilisent la messagerie image
- % d'abonnés qui utilisent le courriel
- % d'abonnés qui utilisent la messagerie instantanée

Sources:

Données fondées sur une moyenne de trois mois pour la période se terminant le 31 juillet 2006. M: Metrics, communiqué du 12 septembre 2006.

Goldman Sachs Research, 2006

Sondage Fido/Léger Marketing, 2006



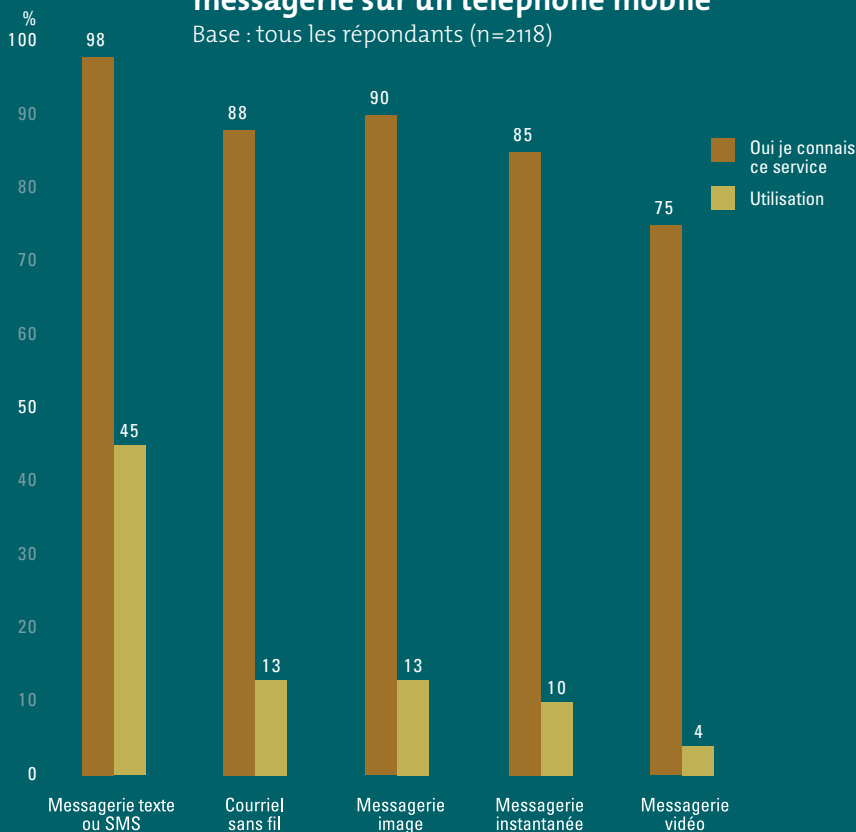
Plus de la moitié des abonnés (51 %) à un service de communications sans fil utilisent leur appareil ou dispositif sans fil pour envoyer et recevoir des messages. Malgré la commercialisation d'appareils offrant de plus en plus de fonctions de messagerie courriel et multimédia, la plupart des utilisateurs se contentent de la traditionnelle messagerie texte. Avec un taux de pénétration de 45 % chez les abonnés du sans-fil, la messagerie texte dépasse encore largement les autres solutions plus évoluées comme le courriel sans fil (13 %), la messagerie image (13 %), la messagerie instantanée (10 %) et la messagerie vidéo (4 %).

Les services de messagerie texte font partie intégrante du quotidien des adolescents et des jeunes adultes. Dans la catégorie des 18 à 24 ans, huit abonnés sur dix (79 %) utilisent ce service tandis que la proportion est de deux sur trois (63 %) chez les 25 à 34 ans. Avec deux clients sur trois (63 %) qui utilisent la messagerie texte, Fido domine tous les autres fournisseurs au Canada.

« Fido a toujours été à l'avant-garde de la messagerie, alors la réalisation d'un vaste sondage sur le sujet nous convenait tout naturellement, a affirmé Karim Salabi, Vice-président du Marketing chez Fido. En fait, nous avons été les premiers à lancer la messagerie texte sur le marché canadien en 1996 et, au fil des années, nos clients ont toujours été les plus grands utilisateurs de messagerie parmi tous les acteurs du sans-fil au Canada. »

La messagerie texte est davantage connue et utilisée à l'étranger, notamment là où moins de gens ont accès à des ordinateurs et où les offres prépayées encouragent ce mode de communication. Le Canada est le leader mondial pour ce qui est de l'accès à Internet : différentes études démontrent qu'ici, plus de neuf utilisateurs de sans-fil sur 10 ont également accès à Internet, soit au travail ou à l'école, ce qui fait de la messagerie filaire un outil facilement accessible à la majorité d'entre eux.

## Sensibilisation et utilisation de cinq services de messagerie sur un téléphone mobile



« La plupart des abonnés utilisent principalement la messagerie mobile pour leurs communications personnelles, mais au fur et à mesure que les développeurs de contenu lanceront de nouvelles applications commerciales, cette utilisation connaîtra une croissance fulgurante, a déclaré Christian Bourque, vice-Président, Léger Marketing »

[ C'bonhr! LOL ]\*



\* C'est le bonheur (rire)

De plus en plus d'entreprises utilisent la messagerie texte pour communiquer avec leur clients : elles encouragent les gens à y recourir pour participer à des concours, exprimer leur opinion dans le cadre de sondages à la radio, voter pour leur participant préféré à des émissions de télé, ou choisir leur candidat lors de galas de remise de prix.

Dans le cadre d'une activité conjointe avec Lavalife, Fido a récemment utilisé la messagerie texte pour organiser un jeu de rencontre.

Au Royaume-Uni, McDonald's a fait tirer des billets pour la Coupe du monde en demandant à ses clients d'envoyer par message texte un code qu'ils avaient reçu avec leur commande de nourriture. Ailleurs, le service Txt2Table permet aux clients de commander une consommation dans un bar à partir de leur téléphone mobile au moyen de la messagerie texte.

Bien que 16 % des personnes interrogées affirment utiliser la messagerie texte à la fois pour des raisons professionnelles et personnelles, les messages textes sont surtout associés à des communications informelles entre amis ou proches. C'est le cas pour 74 % des utilisateurs de la messagerie texte et pour 66 % de ceux qui utilisent la messagerie instantanée.

« Outre l'utilisation traditionnelle de mon téléphone, j'utilise également la messagerie texte pour sa rapidité et son efficacité pour confirmer un rendez-vous avec un client, envoyer un message urgent ou préciser une adresse. »

Éric Noël, Vice-président Interactive bleublancrouge (Montréal)

Ceux qui n'utilisent pas la messagerie justifient leur abstention par leur préférence à communiquer de vive voix (52 %). Il semblerait toutefois que les limites techniques de l'appareil engendrent également une certaine résistance : difficulté à entrer le texte (46 %), processus compliqué (22 %) et taille réduite de l'écran (15 %) sont les raisons les plus souvent invoquées.

### «Discrète, réservée et qui passe inaperçue »

Garder le contact en tout temps et en tout lieu, tel était le leitmotiv derrière les communications mobiles. Grâce à la messagerie, la mobilité franchit un pas en avant. L'étude révèle clairement que même si la maison demeure l'endroit de choix pour envoyer des messages textes (80 % des répondants disent utiliser la messagerie à partir de la maison), des endroits et des moments qui seraient normalement inappropriés pour une conversation téléphonique conviennent parfaitement à la messagerie texte : restaurants (55 %), bars boîtes de nuit (43 %), bibliothèques (21 %) et en classe (20 %). La messagerie texte est également populaire pendant les déplacements et lorsque les gens se retrouvent dans des salles ou des files d'attente, ou attendent en ligne pour les transports en commun (61 %) ou sont ...aux toilettes (25 %).

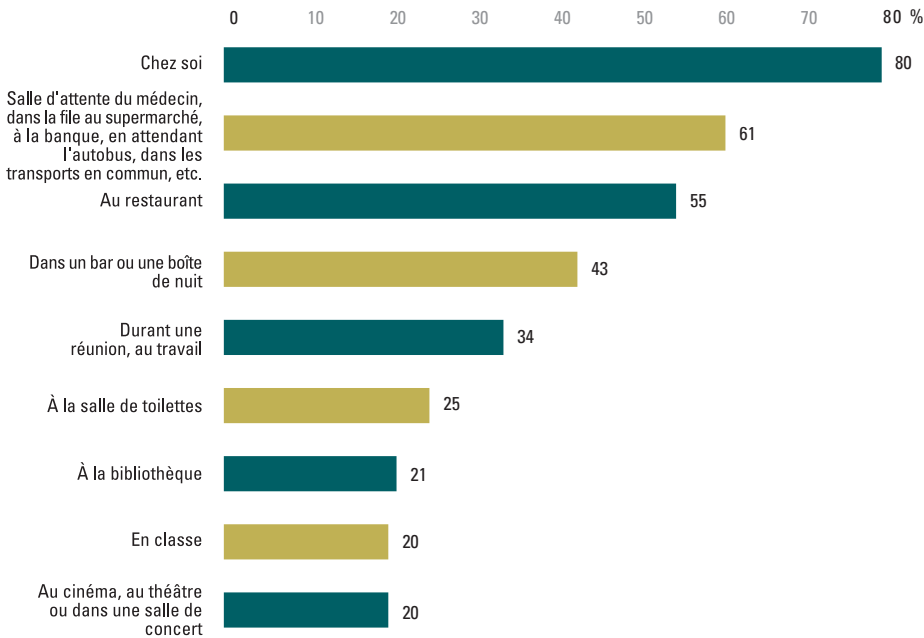


[ le vla! ]\*

\* Le voilà !

## Contexte ou lieu d'utilisation

% total de « oui »  
Base : utilisateurs de la messagerie (n=1063)



Question : veuillez indiquer si vous avez déjà ou n'avez jamais utilisé les services de messagerie sur votre téléphone sans fil dans un des contextes ou des lieux suivants :

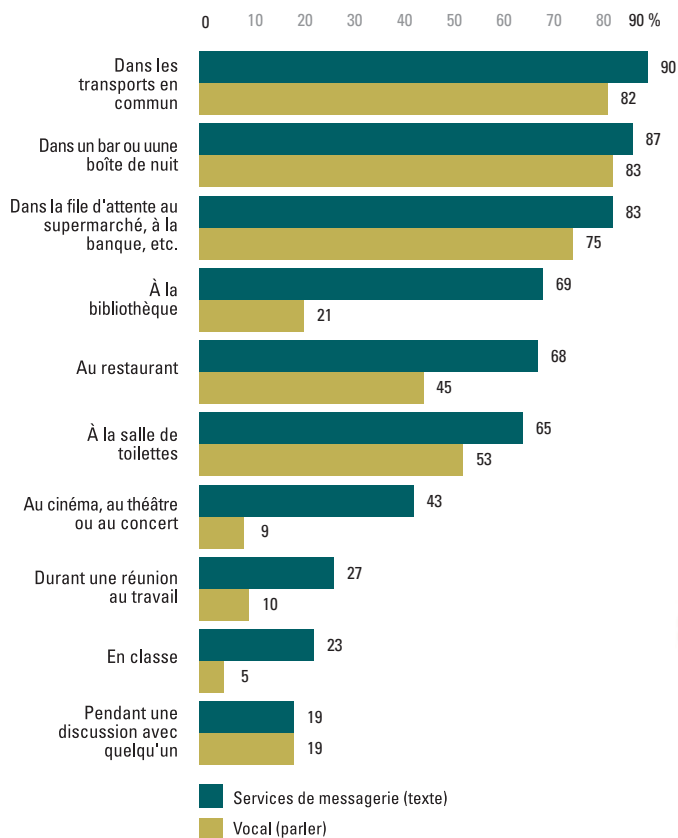
La préférence envers certains endroits est tout à fait cohérente avec le fait que les qualificatifs *plus appropriés* (peut pas ou ne veut pas parler 46 %), *plus discret* (38 %) et *pratique* (32 %) étaient les plus souvent mentionnés comme raison de privilégier la messagerie texte à un appel traditionnel. Cela indique également que les Canadiens qui utilisent un sans-fil respectent l'étiquette et que la messagerie texte contribue grandement au code d'éthique du sans-fil. « Ne m'appelle pas. Texte-moi » semble s'intégrer à la culture des communications.

« Grâce à la messagerie texte, non seulement ai-je plus de temps et plus d'endroits où je peux utiliser mon sans-fil, mais j'augmente aussi le potentiel de mon appareil. »

Crystal Vehse, SoHo Marketing, Vancouver

## Étiquette du sans-fil : service de messagerie c. vocal

% du total qui trouve l'utilisation acceptable  
Base : tous les répondants (n=2118)



Questions : personnellement, jugez-vous acceptable ou inacceptable d'utiliser un téléphone sans fil pour échanger des textes (services de messagerie) dans les contextes ou les lieux suivants ?

Personnellement, jugez-vous acceptable ou inacceptable d'utiliser un téléphone sans fil pour faire ou recevoir des appels dans les contextes ou les lieux suivants ?

Inutile d'ajouter que la messagerie texte est l'outil de communication de choix dans un théâtre (43 % comparativement à 9 %), mais la plupart des répondants la privilégient également au restaurant (68 % comparativement à 45 %), dans les transports en commun (90 % comparativement à 82 %), dans les files d'attente et au supermarché (83 % comparativement à 75 %) ... et lorsqu'ils sont aux toilettes (65 % comparativement à 53 %).



## Type de communication des services de messagerie

% total de « oui »

Base : utilisateurs de la messagerie (n=1063)



Question : veuillez indiquer si vous avez déjà ou n'avez jamais utilisé les services de messagerie sur votre téléphone sans fil pour une des raisons suivantes :

« La messagerie texte, c'est super, parce que c'est un moyen de communication discret, réservé et qui passe inaperçu. Idéal lorsqu'on se retrouve dans des contextes officiels! »

David Parry, étudiant, Montréal

## Allô, ça va ?

La messagerie texte est la preuve qu'en matière de communications, on peut faire beaucoup avec peu. Parmi un choix de réponses proposées, le message texte le plus souvent rédigé au Canada est « Allô » (64 %). De nombreuses autres communications informelles ainsi transmises entrent également dans la catégorie *Garder le contact avec les amis et la famille* : Où es-tu ou comment vas-tu (57 %), Bon anniversaire (47 %), Je t'aime (44 %). Il semble que les consommateurs considèrent la messagerie mobile comme un outil leur permettant d'aller droit au but et qu'ils soient prêts à sacrifier le style à l'efficacité. Comme le dit un habitué de la messagerie texte : « en autant que le message passe! »

« C'est plus court qu'un appel téléphonique ou un courriel, mais le message passe quand même. »

David Parry, étudiant

La messagerie texte tout comme un organisateur et un agenda personnel, permet d'obtenir et de préciser des adresses et des numéros de téléphone (59 %), de signaler un retard ou une absence (55 %), ou d'organiser une rencontre ou un rendez-vous (44 %).

Il est par ailleurs intéressant de noter qu'elle sert couramment de fonction de rappel de choses à faire (49 %). Enfin, un répondant sur trois (35 %) affirme l'utiliser pour joindre quelqu'un dans une situation d'urgence.

## À venir : la vague déferlante de la messagerie texte

Un des principaux moteurs de la croissance de l'utilisation de la messagerie est lié aux appareils. Lorsqu'on leur montre une photo et qu'on leur donne la description de la nouvelle génération d'appareils dotés de claviers QWERTY (alphanumériques), plus de la moitié des utilisateurs actuels affirment qu'ils l'utiliseraient davantage tandis que 19 % des non-utilisateurs oseraient s'y adonner.

D'autres services encore plus évolués contribueraient également à attirer davantage d'adeptes. Chez les personnes interrogées, la possibilité de trouver une adresse se classe au premier rang des services de messagerie qu'elles souhaiteraient avoir sur leur téléphone (77 %), suivie des prévisions météo (66 %), des horaires de cinéma (53 %) et de la possibilité de réserver un vol, un hôtel ou une voiture (46 %). Les pourcentages sont plus élevés chez les utilisateurs de la messagerie mobile qui admettent être également intéressés aux services de rencontre (25 %).

## Passons aux choses sérieuses !

Pour l'instant, en Amérique du Nord, la messagerie peut se résumer à des échanges informels entre individus, mais de plus en plus d'utilisateurs découvrent de nouvelles applications et des possibilités qui leur permettent d'accéder à un contenu plus dense. Au fur et à mesure que la messagerie gagne des adeptes, elle dépasse le simple réseautage social pour s'imposer comme une fonction d'interconnexion riche et évoluée.

[ Je t'M! ]\*

\* Je t'aime !

