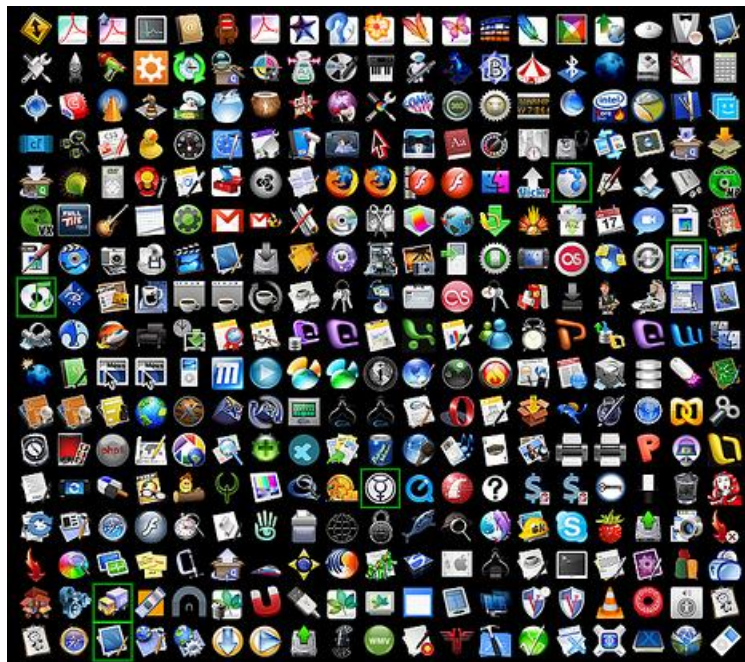




LudoTIC

Enquête : les usages de l'AppStore Des applications à foison... toujours utiles ?



Livre Blanc
Octobre 2011

Ergonomie Multimédia des Interfaces Homme-Machine
Ingénierie de l'Interaction : *Jeux Vidéo, E-Learning, Logiciels, Sites Internet...*
Formation en Ergonomie, R&D en Psychologie Ergonomique

479 243 503 RCS Nice – SARL au capital de 8.000 € - N° TVA : FR 13 479 243 503

www.ludo-tic.com
contact@ludo-tic.com



SOMMAIRE

I.	<u>INTRODUCTION ET PRÉ REQUIS</u>	<u>3</u>
•	L' « APP » QUOI ?	3
•	L'APPSTORE EN QUELQUES CHIFFRES	4
II.	<u>L'ENQUÊTE LUDOTIC</u>	<u>6</u>
III.	<u>LE PANEL DE RÉPONDANTS</u>	<u>6</u>
•	AGE, SEXE ET PROFESSION	6
•	POSSESSION D'UN IDEVICE	8
IV.	<u>USAGE DE L'APPSTORE</u>	<u>9</u>
•	NOMBRE D'APPLICATIONS POSSÉDÉES	9
•	MOYEN DE TÉLÉCHARGEMENT	9
•	USAGE DU SYSTÈME DE NOTATION	10
•	DÉCLENCHEMENT D'ACHAT	13
•	PRIX DES APPLICATIONS	15
V.	<u>USAGE DES APPLICATIONS</u>	<u>16</u>
•	TEMPS PASSÉ SUR LES APPS	16
•	CONDITIONS D'USAGE DES APPS	17
•	L'APPLICATION PRÉFÉRÉE	20
•	DÉCEPTION !!!	22
VI.	<u>CONCLUSION SUR L'ENQUÊTE</u>	<u>24</u>
VII.	<u>QUI EST LUDOTIC ?</u>	<u>24</u>
VIII.	<u>ANNEXES</u>	<u>25</u>
	LE QUESTIONNAIRE	25



I. Introduction et pré requis

Nous voilà déjà en l'an 4 après l'avènement de l'iPhone...



En 2007, Apple révolutionnait les usages en sortant son téléphone « iPhone ». Un téléphone tactile qui permettait d'écouter de la musique, de regarder des films et des séries, ou bien encore de naviguer sur Internet !

Une véritable révo.... Comment ?! C'était déjà possible avant ?!!!

Alors oui c'est vrai : le premier intérêt de l'iPhone n'était pas sa capacité à téléphoner. Son véritable atout résidait dans l'usage qu'il permettait notamment grâce à sa technologie tactile. Il s'affranchissait presque de l'appellation de « téléphone » tellement cette fonctionnalité représentait peu, par rapport au reste. En

effet, l'iPhone a permis de concevoir son téléphone comme un outil à tout faire, constamment dans la poche : lampe torche, traducteur, guide touristique, etc.

D'ailleurs rappelons « qu'à l'époque » nous avons entendu maintes fois de la part d'irréductibles non-iPhone-User, avec un ton moqueur : « *Et avec ton iPhone, tu peux téléphoner ? hahaha ...* ».

Très drôle... s'ils avaient su !

Tous ces nouveaux usages étaient bien sûr rendus possibles grâce à la magnificence de la technologie tactile d'Apple et au nouveau type d'interaction mis en place. Celui-ci reprenait efficacement des gestes de la vie quotidienne que tout le monde maîtrise. Par exemple, « tourner la page d'un livre » afin de naviguer dans le système de l'iPhone ou encore des gestes d'une intuitivité déconcertante comme le zoom et le dézoom à deux doigts.

Pourtant, au-delà de la technologie ou des nouvelles interactions proposées, le véritable intérêt de l'iPhone (tant pour l'utilisateur que pour Apple) était la possibilité d'ajouter de nouvelles fonctionnalités à son téléphone, de le faire évoluer, de le « customiser », d'en faire un outil tout à fait adapté aux (nouveaux) besoins de l'utilisateur, souvent suscités par la firme elle-même.

Et pour dénicher toutes ces fonctionnalités innovantes, pertinentes, marrantes, ou « useless », il est nécessaire de se rendre sur l'AppStore...

• L' « App » quoi ?

Il s'agit du magasin, ou plutôt, du centre commercial virtuel d'Apple, accessible uniquement via tous les périphériques Apple (physiques ou softwares), proposant le téléchargement, payant ou non, d'applications en tout genre.





Imaginez un centre commercial gigantesque (nous reviendrons plus loin sur ses chiffres impressionnants), proposant uniquement des applications pour iPhone, iPad ou autres produits Apple et grâce auquel l'utilisateur peut adapter son iPhone (on ne dit plus « téléphone », enfin !) à ses comportements, ses usages, ses envies ! Il aime aller au restaurant ? Il existe des applications lui proposant des restaurants près de sa position. Il est souvent dans le noir à chercher ses clés ? La lampe torche n'a plus d'intérêt, l'iPhone a des applications transformant le téléph... pardon, « l'iPhone » en véritable far en pleine nuit. Tout seul au Japon à ne pas comprendre l'enseigne d'un magasin japonais ? Prenez en photo l'enseigne et un traducteur identifiera la langue et traduira le mot. Etc. etc. **Il existe autant d'application que de besoins.**

Car oui, l'autre intérêt du Store, qui le rend riche au possible pour l'utilisateur avec ses applications en tout genre, est de mettre à disposition gratuitement à tous les développeurs, l'outil de fabrication de ces applications ainsi que la possibilité de les disposer sur les rayons de ce centre commercial virtuel Apple. Ils sont d'ailleurs tellement nombreux que **le marché des applications est actuellement en voie de saturation**. Et se positionner en « tête de gondole » reste délicat, bien que possible.

Enfin, n'oublions pas l'intérêt d'Apple dans ce business qui récupère 30% de toutes les ventes réalisés sur l'AppStore, qui est *leur* magasin (exactement de la même manière que les enseignes de distribution physique).

Tout cela pour dire que l'AppStore est l'un des piliers de la stratégie d'Apple.

• L'AppStore en quelques chiffres¹

Frappons fort avec ces premiers chiffres : dès janvier 2011, plus de **10 milliards de téléchargements** étaient comptabilisés avec plusieurs dizaines de millions de comptes².

Lancé en juillet 2008, l'AppStore a rapidement compté plus de 10 000 références. Aujourd'hui, plus de **500 000 applications** sont présentes (expliquant la saturation du marché de l'application Apple), avec une répartition au niveau du prix assez intéressante, puisque plus d'**un tiers de ces applications sont gratuites**, un tiers propose des applications pour moins de 1 euros, et enfin 25% voit ses prix allant de 1€ à 9,99€. Seulement 1% des applications dépassent le prix de 10 euros. Ces prix peuvent monter jusqu'à approximativement 100 euros, sans compter les applications professionnelles ou autres applications « blingbling »³.

Le prix moyen des « Apps⁴ » payantes est de 3,64 dollars.

Voici quelques graphiques pour mieux illustrer ces propos.

¹ <http://www.macworld.fr/2011/05/24/ipad/iphone/ipod/500-000-applications-app-store/515655/>

² http://www.mac4ever.com/news/55830/apple_un_tres_petit_pourcentage_des_comptes_itunes_compromis/

³ Voir l'application « l'm Riche » ou encore « MyCentrl » une application de réseau social pour personne capable de dépenser autant, pour des fonctions similaires à FaceBook

⁴ i.e. « application »

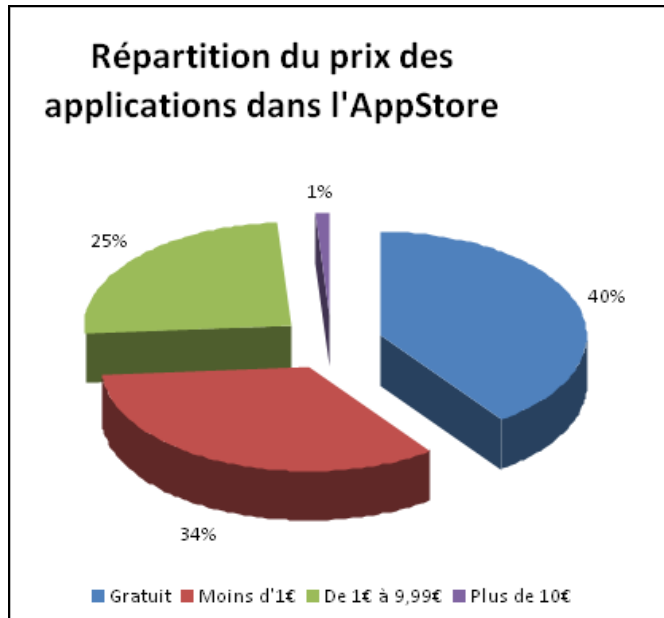
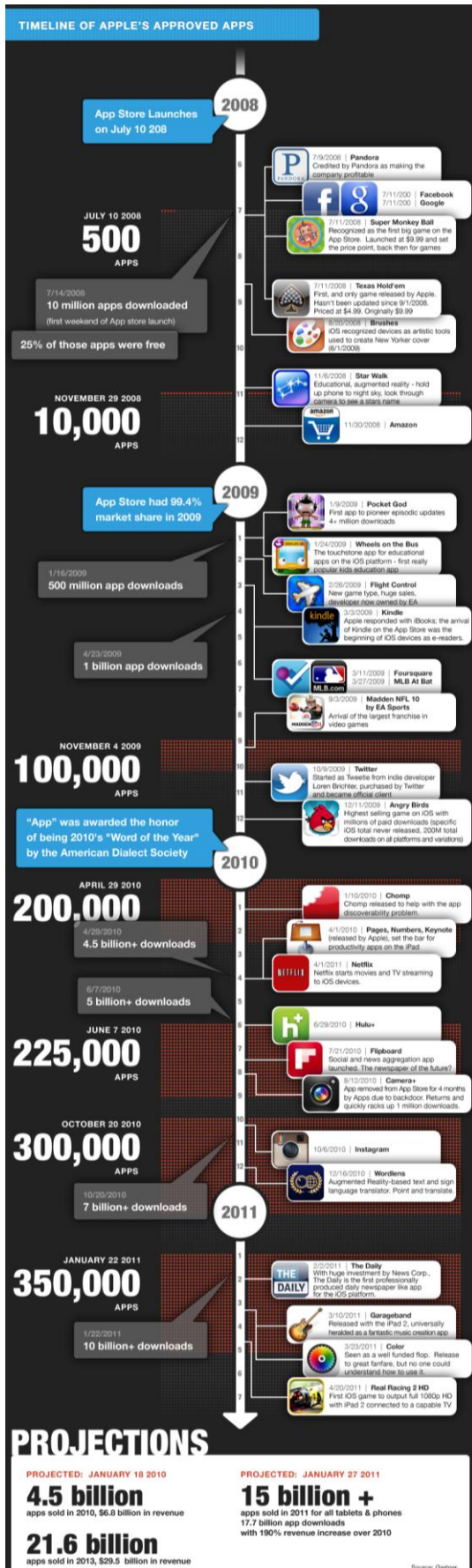


Figure 1. Evolution des applications (source readwriteweb.com), répartition des prix (source UserAdgents)

La grande majorité de ces applications (85%) sont destinées à l'iPhone et seules 7% sont exclusives à l'iPad. Il est intéressant de noter que les appli iPhone sont compatibles iPad, mais pas l'inverse. L'iPad bénéficie donc déjà d'une quantité impressionnante d'applications.

Pour finir avec cette présentation, précisons que l'AppStore était, jusqu'au moment de l'enquête, uniquement dédié aux appareils mobiles d'Apple fonctionnant sur le système d'exploitation iOS. Il propose depuis peu des applications destinées aux ordinateurs de la marque fonctionnant elles sur le système d'exploitation OS. En ce qui concerne l'enquête décrite dans les prochaines pages, il faudra donc tenir compte de cet aspect dans l'interprétation des résultats.

Alors, dans cette masse d'applications, arrive-t-on à trouver son bonheur ? Les Apps sont toutes utiles et pertinentes ? Lesquelles « sortent du lot » ? Vous trouverez quelques éléments de réponse dans les prochaines pages de ce livre blanc.



II. L'enquête LudoTIC

C'est donc dans le cadre de ces « nouveaux usages » que LudoTIC a souhaité enquêter afin de comprendre l'utilisation réelle qu'ont les clients de l'AppStore et des applications qu'il contient. Ainsi, nous avons proposé une enquête en ligne entre le 13 Avril et le 6 Juin 2011, à laquelle ont répondu 108 personnes, en France et en Italie.

Nous avons posé aux internautes une vingtaine de questions, concernant leurs usages de l'AppStore, les applications qu'ils aiment et celles qu'ils détestent. Le détail du questionnaire est disponible en Annexe du présent document.

Nous allons donc vous présenter ici les résultats de l'enquête qui, nous l'espérons, sera pertinente lors de la réflexion de conception d'applications pour de futurs ou d'actuels développeurs/concepteurs estampillées d'une pomme déjà entamée (beurk !).

III. Le panel de répondants

• Age, sexe et profession

Tout d'abord, prenons un cours instant pour présenter le panel de répondants au questionnaire :

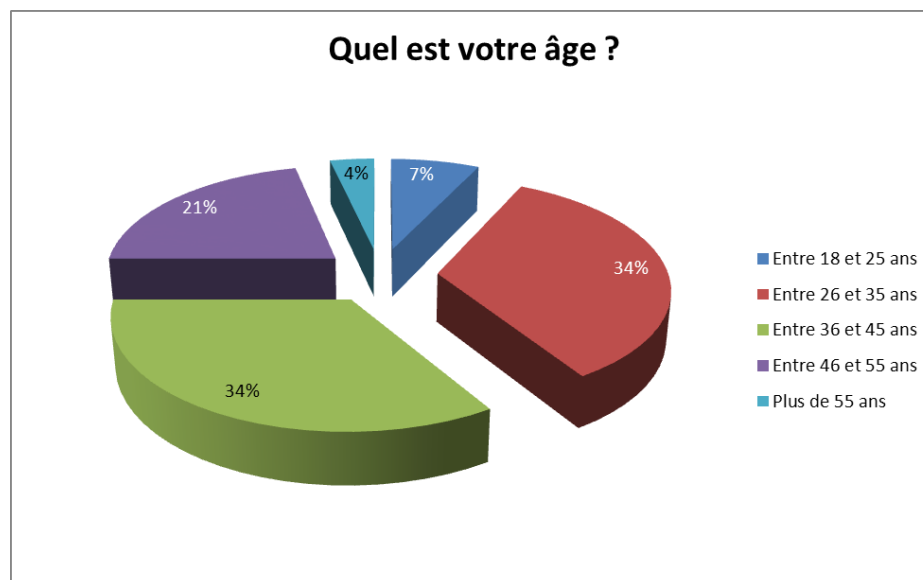


Figure II. Répartition de l'échantillon de répondants par âge



Figure III. Répartition de l'échantillon par genre

Cette population est donc majoritairement masculine et a entre 26 et 45 ans.

Concernant la profession, 74% des participants à l'enquête sont des cadres ou ont une profession intellectuelle supérieure.

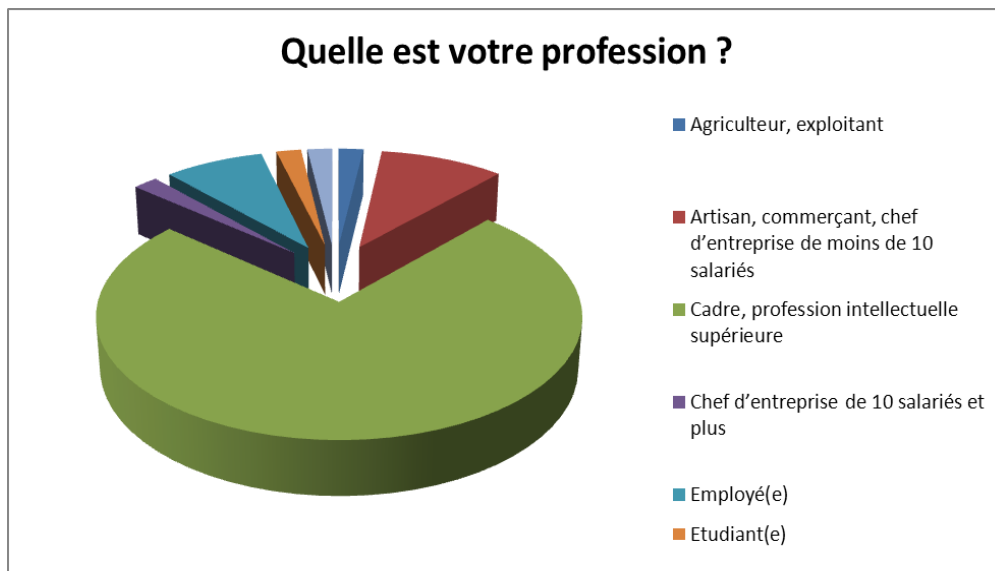


Figure IV. Répartition de l'échantillon par catégorie socioprofessionnelle



Il sera important de prendre en compte pour la suite de l'enquête le fait que la classe socio professionnelle supérieure est majoritairement représentée, notamment lors des questions de prix d'achat des applications.

• Possession d'un iDevice

Concernant la possession de périphériques Apple, un tiers du panel possède un iPhone et presque autant ont plusieurs appareils de la marque à la pomme en leur possession.

Enfin, 20% de l'échantillon n'en possède aucun.

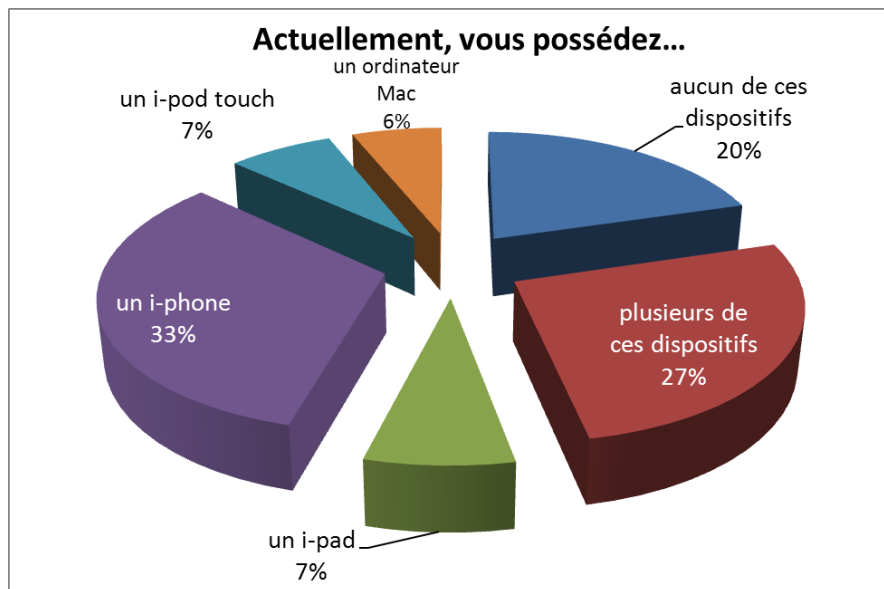


Figure V. Possession de périphérique Apple par l'échantillon

*NB : Sachant que l'enquête s'intéresse aux usages de l'AppStore nous omettrons par la suite les 20% d'« Apple non friendly » ainsi que les répondants « n'ayant qu'un » Ordinateur Apple (car non disposés à pouvoir utiliser ces applications lors de l'enquête). Le reste de l'analyse se réduit ainsi à **82 répondants**.*



IV. Usage de l'AppStore

• Nombre d'applications possédées

Nous avons ensuite demandé aux répondants s'ils utilisaient des applications sur leur iDevice et, si oui, quelle en était approximativement la quantité (moins de 5 ou plus de 5). 68% de nos utilisateurs disent en utiliser plus de 5 et 9% en utilisent moins de 5.

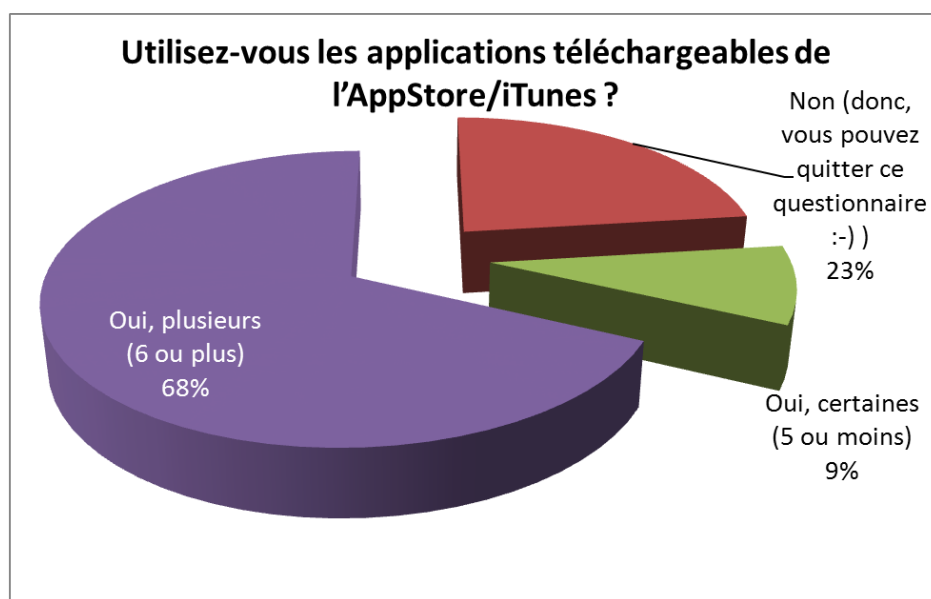


Figure VI. Répartition de l'échantillon concernant la possession et la quantité d'applications sur leur iDevice

Sur 23% des non utilisateurs d'applications, un seul des répondants possède un appareil compatible Appstore (un iPhone) et n'utilise pas les applications. Les autres n'ont soit pas d'appareil Apple, soit n'ont qu'un ordinateur Mac.

Voici donc un résultat très intéressant : **selon l'échantillon, quasiment l'intégralité des personnes ayant accès à l'AppStore l'utilise.**

• Moyen de téléchargement

Sur les 82 répondants, 58% téléchargent leurs applications uniquement via leur appareil et ne passent pas par le logiciel propriétaire d'Apple qu'est iTunes. 17% par contre n'utilisent que cet utilitaire



et passent exclusivement par leur ordinateur pour télécharger des applications. Enfin, 25% d'entre eux téléchargent sur les deux plateformes, appareil mobile ou ordinateur fixe.

Cela tend à montrer que majoritairement les utilisateurs **préfèrent limiter les intermédiaires entre l'AppStore et leur appareil.**

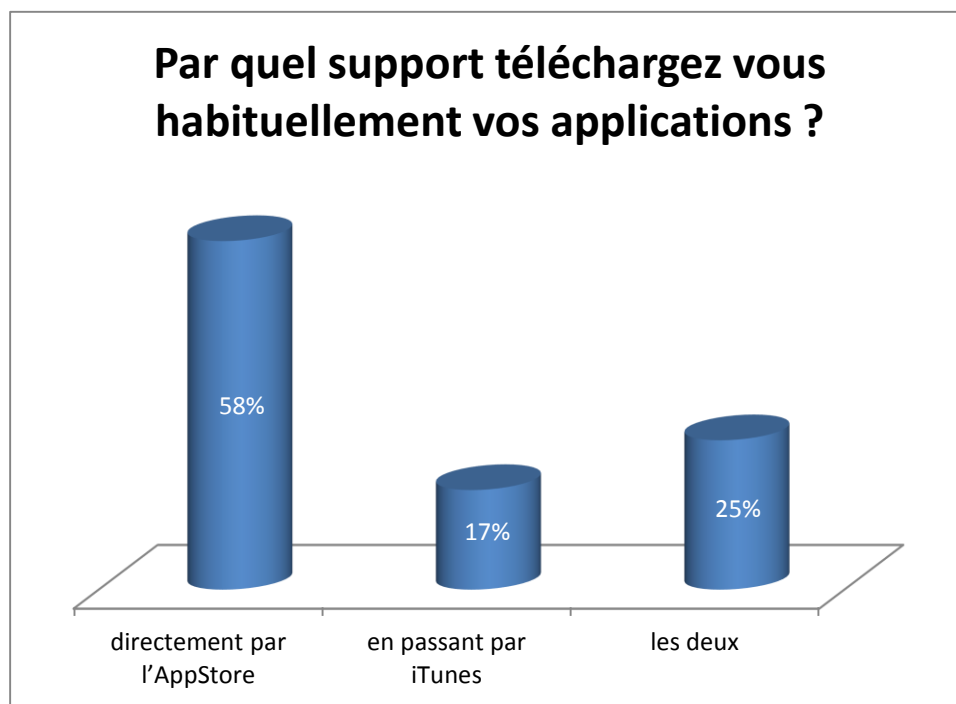


Figure VII. Nombre de répondants téléchargeant leur application soit par iTunes, soit par l'AppStore, ou bien par les 2

Même si l'enquête d'Applicationiphone.com⁵ ne donne pas des résultats identiques aux nôtres, ils vont tout de même dans le même sens : le téléchargement direct via l'AppStore est plus fréquent que par iTunes.

• Usage du système de notation

Concernant l'utilisation du système de notation par étoiles de l'AppStore (de 1 étoile pour « je n'aime pas » à 5 étoiles pour « je recommande vivement ») qui permet aussi de laisser un message textuel pour compléter sa note (appelée « commentaires »), **la grande majorité des répondants ne le renseigne pas (68%)**. Pourtant, la

⁵ <http://www.applicationiphone.com/2010/03/sondage-appstore-fr-les-resultats/>



Figure IX montre qu'une grande partie des répondants affirment se référer à ces commentaires (que se soit « toujours » ou « peu ») avant de télécharger l'application.



Figure VIII. Exemple d'écran avec notes et commentaires d'une application

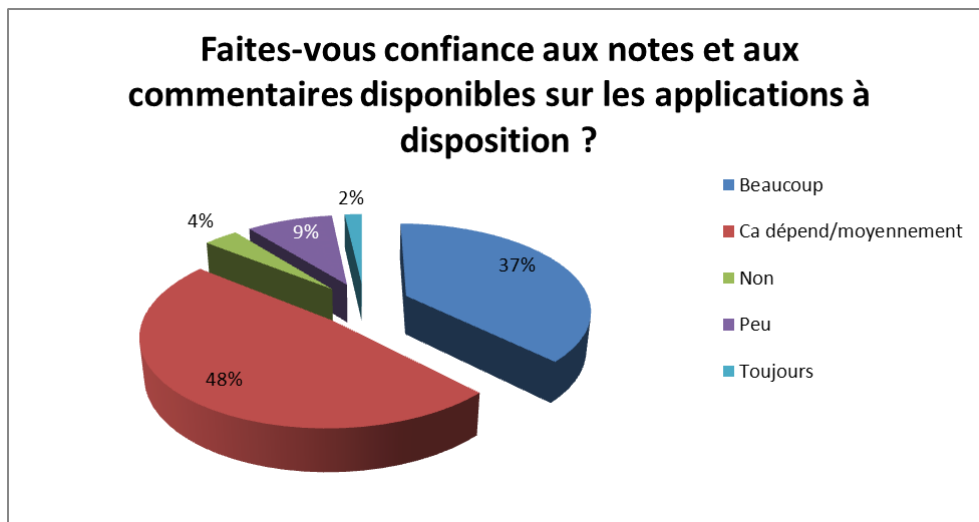


Figure IX. Confiance envers le système de notation AppStore (étoiles et commentaires)



Les utilisateurs consultent donc les notes, font confiance à la communauté des utilisateurs, mais ne les renseignent pas eux-mêmes. Quelles explications pour ce phénomène ? La demande de notation n'est peut être pas toujours adaptée aux comportements des utilisateurs qui l'ignorent ou la ratent lorsqu'elle est demandée une fois l'application effacée (ce qui peut n'arriver que très rarement, voire jamais si l'application satisfait), ou bien ils évitent sciemment les messages relatifs aux notes, présentés au démarrage de l'application, en les assimilant à des publicités. En effet, l'affichage des publicités à l'allumage de certaines applications mène probablement à un « *banner blindness* » (cécité aux publicités), phénomène connu sur les sites Internet, où les internautes évitent inconsciemment de fixer les zones de pub. Proposer la notation lors du démarrage n'est donc peut-être pas judicieux pour impliquer l'utilisateur à la notation de l'application.

Une autre explication possible concernant les commentaires viendrait du manque de confort à taper du texte sur iPhone et/ou iPad perçu chez beaucoup de personnes. Et vu le peu de personnes passant par iTunes pour télécharger leur application, et donc par leur PC/Mac, la possibilité de commenter par ce biais est aussi réduite.

Si nécessaire, une réflexion quant à l'augmentation de l'implication des utilisateurs dans la notification et les commentaires d'application peut être intéressante (mailing mensuel sur l'ensemble des applications utilisées, notation des commentaires, récompenses, etc.)

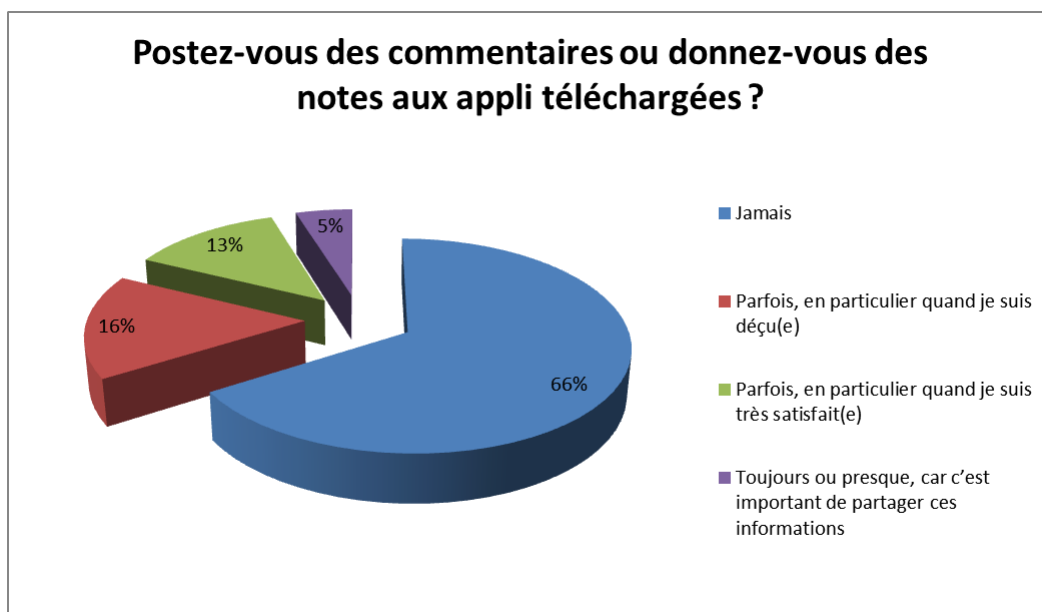


Figure X. Taux de répondants utilisant le système de notation de l'AppStore

Concernant les situations qui poussent les utilisateurs à laisser un avis sur les applications qu'ils ont téléchargées, on remarquera que les cas de figure d'« extrême déception » et d'« extrême satisfaction » sont presque aussi motivants l'une que l'autre.



Remarquons également que les personnes notant l'application comme satisfaisante (13%) sont majoritairement des femmes, alors qu'il s'agit quasi exclusivement d'hommes lorsque les notes sont attribuées suite à une déception (90% des personnes ayant donné cette réponse sont de sexe masculin).

Là encore l'enquête réalisée par Applicationiphone.com va dans ce sens concernant l'utilisation du système de note et de commentaires.

• Déclenchement d'achat

Nous avons ensuite demandé aux répondants de citer le moyen par lequel ils découvrent le plus souvent les applications qu'ils achètent. Il s'avère que la majorité (avec 43%) utilise la mise en avant d'iTunes ou celle de l'AppStore.

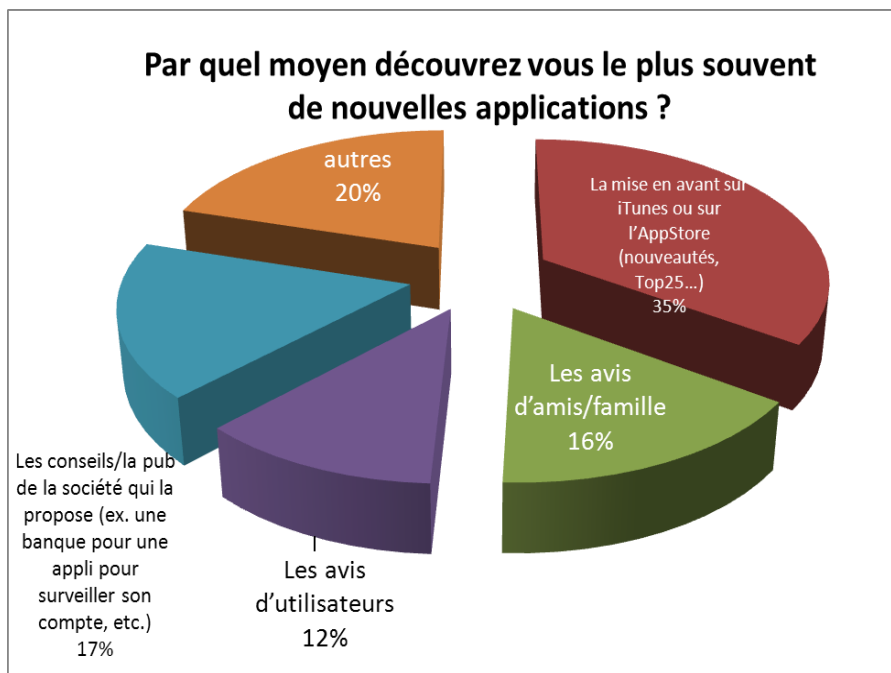


Figure XI. Moyen de découvrir une application par les répondants

NB : Cette visibilité était due, au moment de notre enquête, au nombre de téléchargements de l'application. Ce qui ne reflétait pas spécialement la qualité de l'application mais plutôt le bouche à oreille, le buzz, le marketing. Depuis peu par contre, elle est due aux notes attribuées par les utilisateurs⁶.

⁶ <http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/49798/modification-des-regles-de-classement-de-l-appstore-d-apple---quel-impact.shtml>



L’AppStore passe ainsi d’un classement à effet boule de neige dû à une première apparition de l’application dans le Top 25 vers un classement régulé par l’évaluation des utilisateurs.

Nous avons ensuite demandé au panel ce qui les motivait à télécharger une application. Ils pouvaient sélectionner plusieurs réponses.

Il s’avère que c’est logiquement l’usage (« ce que l’application me permet de faire ») qui est largement en tête avec 82% des internautes ayant sélectionnés cette réponse.

Qu’est-ce qui vous motive le plus à télécharger une appli ?

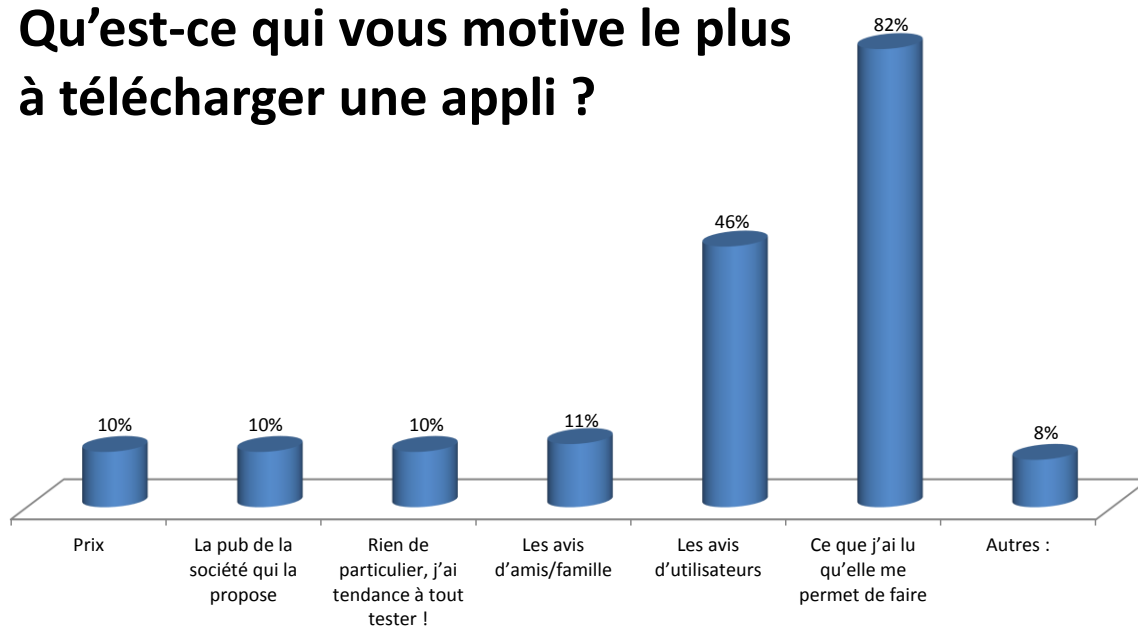


Figure XII. Motivations au téléchargement

D’un point de vue « marketing », Apple a donc très bien fait d’axer sa communication sur cet aspect. Apple a en effet mis en avant l’usage de ses produits et non pas les spécificités techniques des ses appareils. « Ce qu’il me *permet de faire* » et non pas « ce qu’il *sait* faire ». Ceci met en avant l’appropriation de ces supports (hardware et software), le plaisir de s’en servir, voire de les posséder en tant qu’objets qui ouvrent à l’utilisateur des milliers de scénarios d’usage possibles.

Cela rappelle le succès de la Nintendo Wii qui, elle aussi, a concentré sa communication mais aussi la technologie de sa console autour de l’**usage** contrairement à ses concurrents qui ont largement centré leur business sur la puissance de la console ou ce qu’elle est capable de faire d’un point de vue technique.

En deuxième position motivant le téléchargement arrivent les **avis d’utilisateurs**. Cela confirme le résultat précédent sur l’intérêt des notes dans une démarche d’achat, notamment dans un contexte technologique qui met de plus en plus en avant la notion de communauté.



Etonnement, le prix, dont nous parlerons juste après, n'est pas une motivation (ou démotivation) d'achat importante pour notre panel. Mais il faut rappeler le niveau social de la majorité de notre panel constitué très majoritairement de CSP+. Il est fort probable que sur une population moins aisée ce résultat aurait pu être tout à fait différent.

• Prix des applications

Enfin, pour terminer avec l'usage de l'AppStore (et non des applications, que nous verrons ensuite), nous avons demandé au panel le prix moyen des applications qu'ils téléchargent.

Malgré ce que nous avons vu précédemment concernant la motivation de téléchargement d'une application selon son prix, on découvre que **la plupart des répondants téléchargent majoritairement des applications gratuites**. Ce qui correspond encore à l'étude d'Applicationiphone.com.

Ensuite, 25% prennent en moyenne des applications coûtant moins d'un euro.

Le reste du panel télécharge des applications plus coûteuses. Nous n'observons pas de corrélation entre le nombre d'applications téléchargées (cf. plus haut) et leur prix.

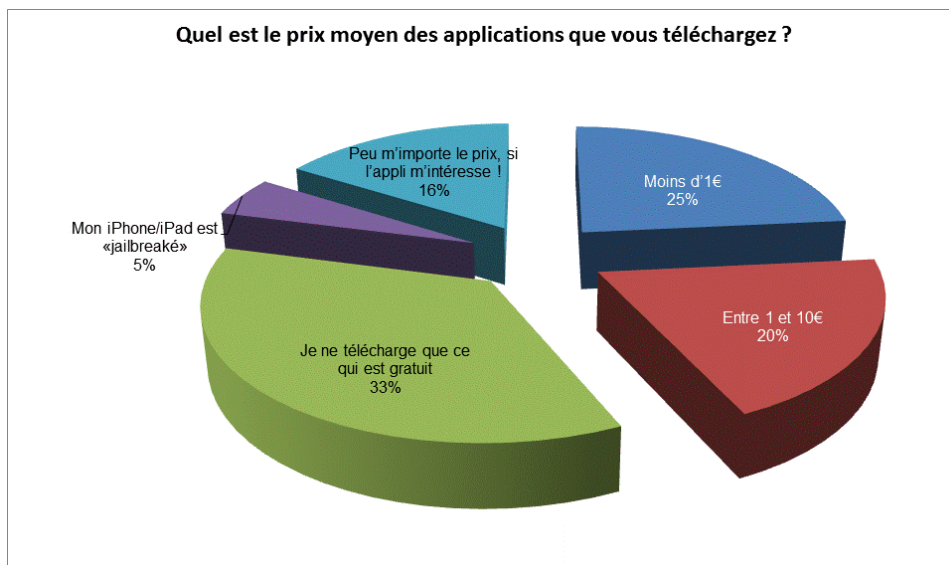


Figure XIII. Taux de téléchargement des applications en fonction de leur prix

Sans surprise, peu de gens déclarent avoir un support « *jailbreaké*⁷ ».

⁷ Jailbreak : procédé qui permet à l'utilisateur de personnaliser son téléphone en allant plus loin que ce que lui permet l'AppStore. Cela permet aussi de télécharger illégalement (et donc gratuitement) des applications payantes.



V. Usage des applications

• Temps passé sur les Apps

En termes d'usage des applications, nous avons enquêté sur le temps passé par l'échantillon de nos internautes sur les applications qu'ils possèdent. La majorité des répondants passe **plusieurs heures par jour sur l'ensemble des applications.**

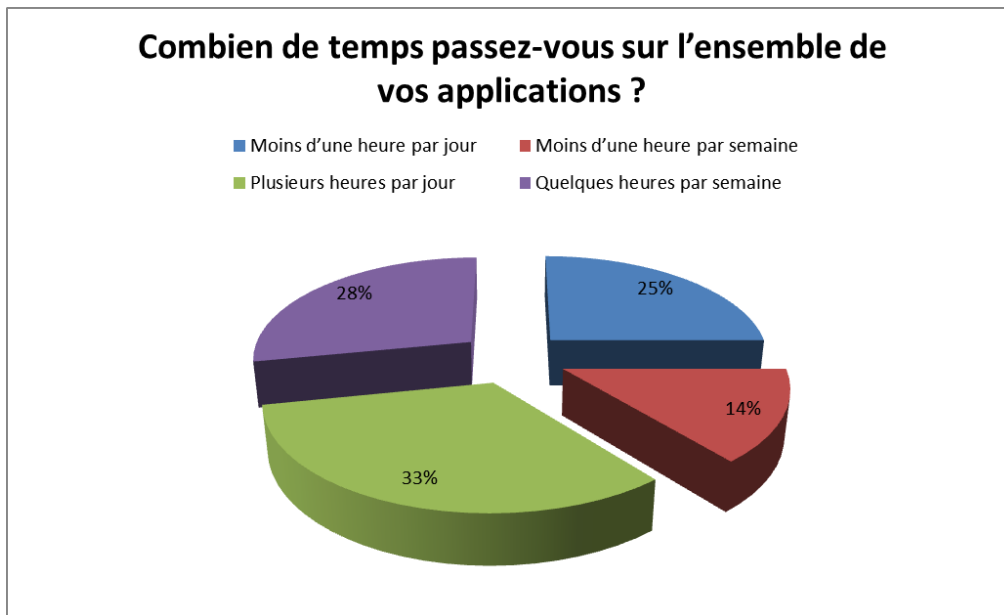


Figure XIV. Temps moyen passé par les répondants sur leur(s) application(s)

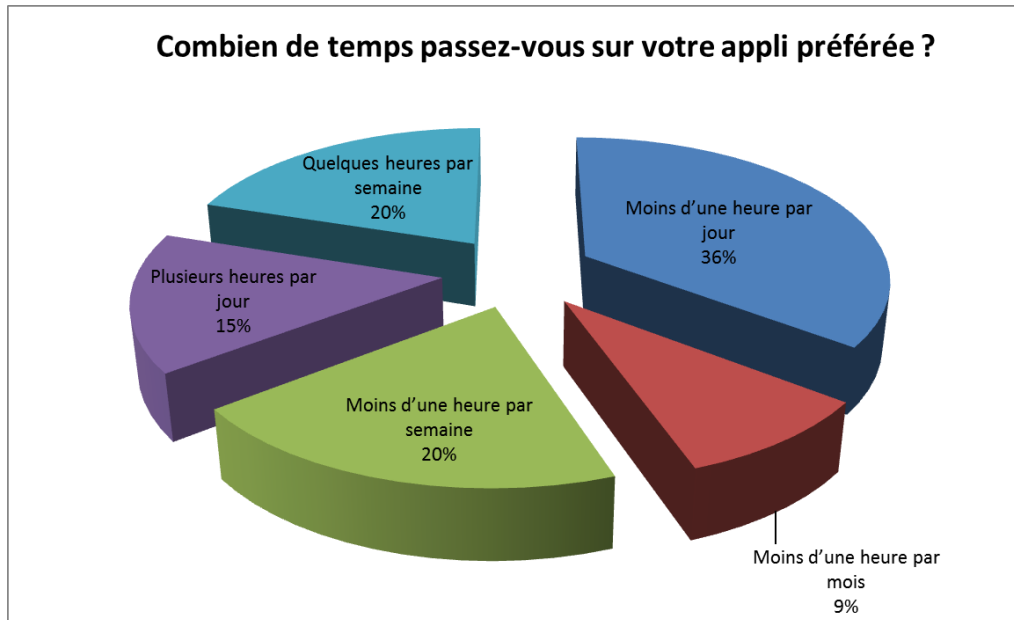


Figure XV. Temps passé sur l'application préférée

• Conditions d'usage des Apps

Ces applications sont majoritairement utilisées en situation de **mobilité**, comme dans le bus, dans le train ou dans l'avion.

Ensuite, le panel passe du temps sur ses applications dans des conditions de **détente**, sur le canapé ou dans le lit, ou bien quand il n'a pas accès à son ordinateur.

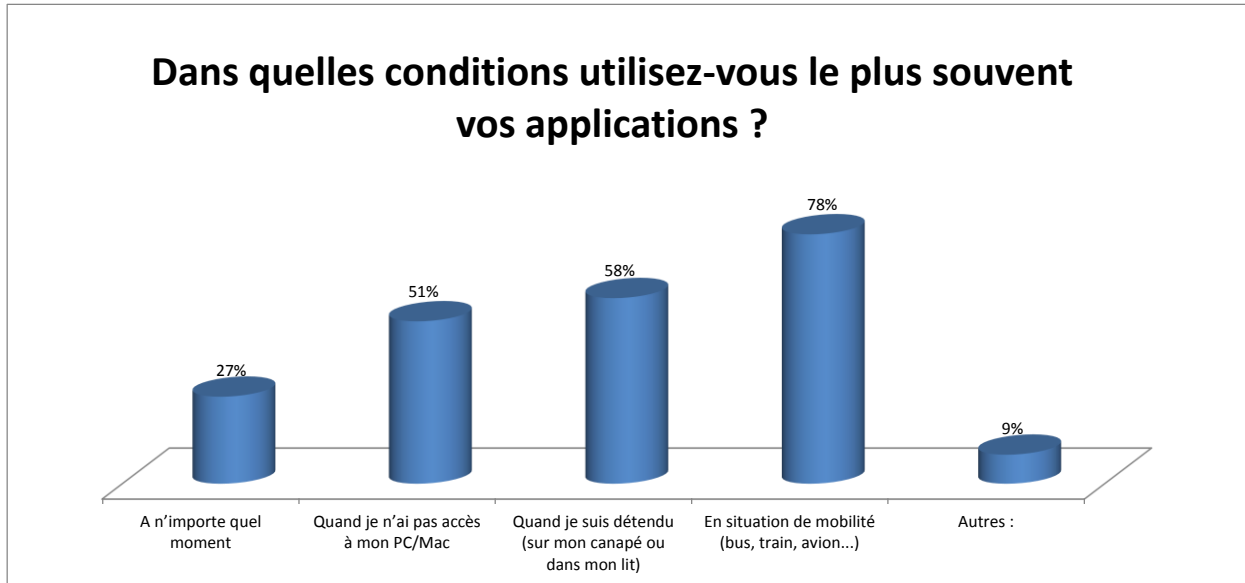


Figure XVI. Conditions d'utilisation des applications

Les applications sont donc souvent utilisées soit pour combler un moment « vide », de déplacement ou de divertissement, ou bien pour compenser le manque d'ordinateur. Ce dernier cas démontre l'intérêt de proposer une version mobile des sites Internet, dans le but de pouvoir prolonger l'expérience de l'utilisateur d'un ordinateur vers un dispositif réduit tel que l'iPhone ou l'iPad.

Concernant le contenu des Apps consultées, le type d'applications utilisées le plus souvent est lié à la consultation d'infos et actualités (87% des répondants), suivi des jeux (62%) et des réseaux sociaux (58%).

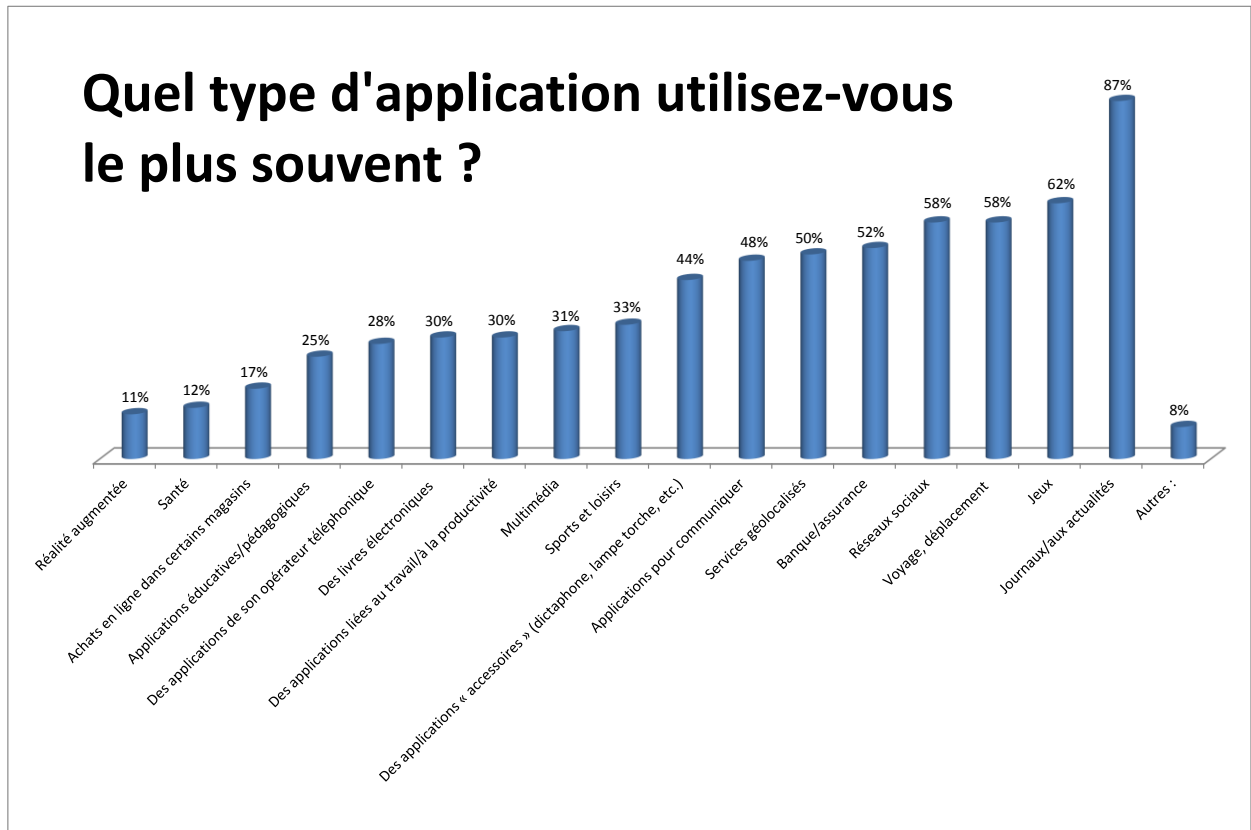


Figure XVII. Typologie des applications utilisées

Selon le questionnaire, les applications les plus utilisées par nos internautes sont celles permettant l'accès à l'actualité (journaux, sites, etc.). Conformément au paragraphe précédent, ce qui les intéresse le plus dans ce type d'application est la **rapidité d'accès à l'information, adaptée à la situation de mobilité**.

Viennent ensuite les applications de divertissement et d'utilitaires : jeux, réseaux sociaux, applications bancaires ou d'assurances, géolocalisation, messagerie, etc.

Ce n'est que loin derrière que sont cités les applications « sérieuses » : applications professionnelles, éducatives ou bien de santé. En effet, celles-ci ne correspondent apparemment pas à l'attente des utilisateurs vis-à-vis de ces dispositifs et de leurs usages, qui, comme nous l'avons vu précédemment, s'en serve surtout pour s'informer, se divertir et communiquer.

La plupart des utilisateurs ayant répondu à notre enquête s'exprime de façon positive quant à l'AppStore en général : sur un classement à 5 étoiles, la note moyenne obtenue par la boutique en ligne est de **3,6 étoiles**. Comme on peut le voir dans la figure ci-dessous, personne n'a donné la note la plus basse, et la plupart des réponses se concentrent entre 3 et 4 étoiles.

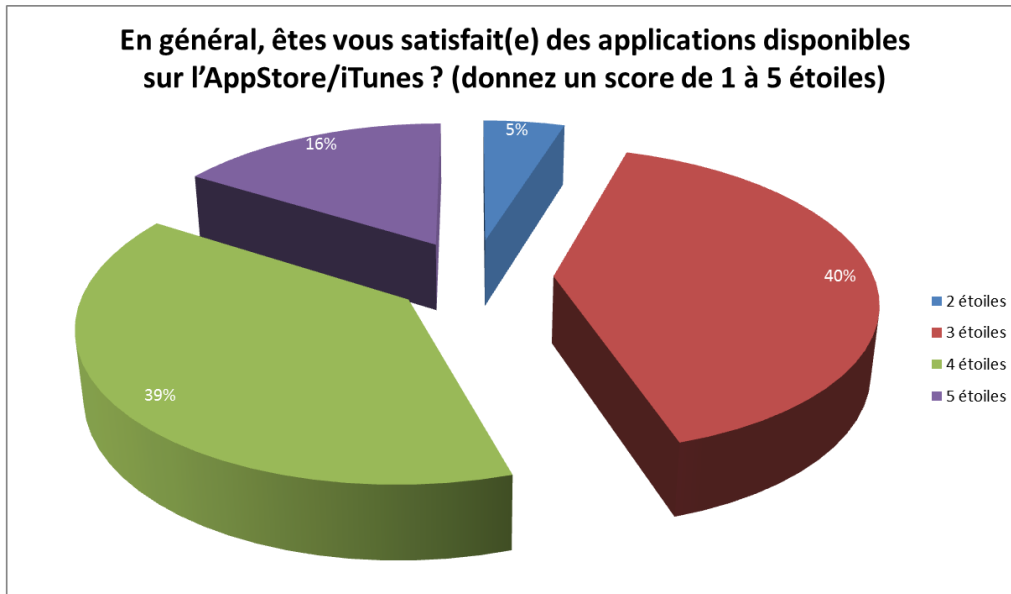


Figure XVIII. Notes données à l'AppStore

• L'application préférée

Suite logique des affirmations précédentes, les réponses à la question « quelle est votre application préférée ? » se concentrent sur des outils relatifs aux catégories les plus citées. Mais, surprise, les Apps préférées ne sont pas des applications comme Le Monde ou France 24 (appartenant à la catégorie « Actualités », la plus citée) mais plutôt des applications de communication et de réseaux sociaux (notamment Skype, FaceBook et Twitter).



A notre sens, ceci dénote à quel point la notion même d' « information » est aujourd'hui plus liée à « ce dont mes contacts parlent » qu'à « ce qui fait la Une dans le Journal ». Un bon exemple est l'application **Flipboard**, cité par un utilisateur : officiellement elle est rangée dans la catégorie « Actualités », mais quand on lit la description sur l'AppStore on en déduit qu'il s'agit des actualités de sa propre communauté et non pas des « Informations » au sens classique du terme (« *Flipboard est une belle et rapide façon de feuilleter à travers les nouvelles, photos et mises à jour que vos amis partages sur FaceBook, Twitter, Google Reader, Instagram et LinkedIn* »).



L'analyse des motivations qui ont porté les utilisateurs à élire telle ou telle application comme étant leur préférée met en lumière, une fois de plus, l'importance du côté « tout, tout de suite et n'importe où », que nous avons déjà commenté plus haut. En effet, sur les 53 personnes ayant répondu à cette question, 53% donnent comme raison principale de leur choix le fait que leur application favorite leur permet d'obtenir des informations/données de façon beaucoup plus rapide et en situation de mobilité que par un autre moyen. En deuxième position, vient la motivation « elle me divertit, me fait passer le temps », qu'on peut aisément mettre en rapport avec des choix comme les jeux, mais aussi les réseaux sociaux.



Figure XIX. Ce que les personnes aiment dans leur application favorite



• Déception !

Enfin, nous avons demandé aux répondants s'ils avaient déjà été déçus par une application téléchargée. Bien que l'appréciation globale de l'AppStore soit assez élevée, comme nous l'avons vu plus haut, les déceptions par rapport aux applications testées ne sont pas rares. En effet, une moitié de notre panel estime avoir rarement été déçu, mais l'autre estime l'être souvent. Personne n'a répondu que ça ne lui est jamais arrivé d'être déçu.

Il semblerait, d'après les réponses, que cette déception soit le plus souvent due à une désillusion : les « fonctionnalités sont limitées » (76% des répondants), « elle est beaucoup moins utile que ce qu'elle prétend » (69%), le « contenu est superficiel » (62%). L'ergonomie est également citée, à hauteur de 25 réponses (45%). Nous remarquons que cette déception n'est que très rarement due au prix de l'application.

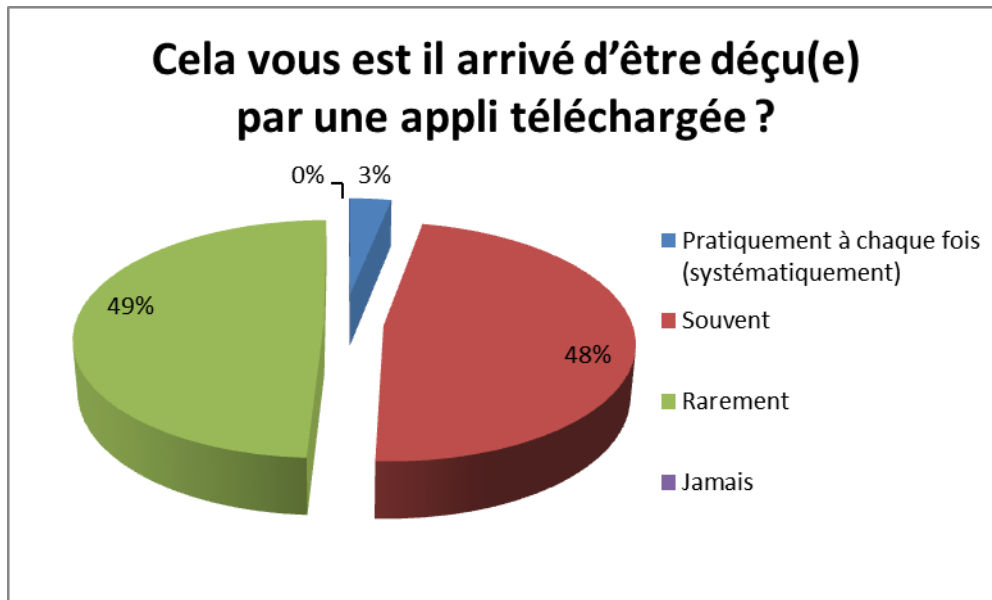


Figure XX. Déception lors de l'utilisation d'une application

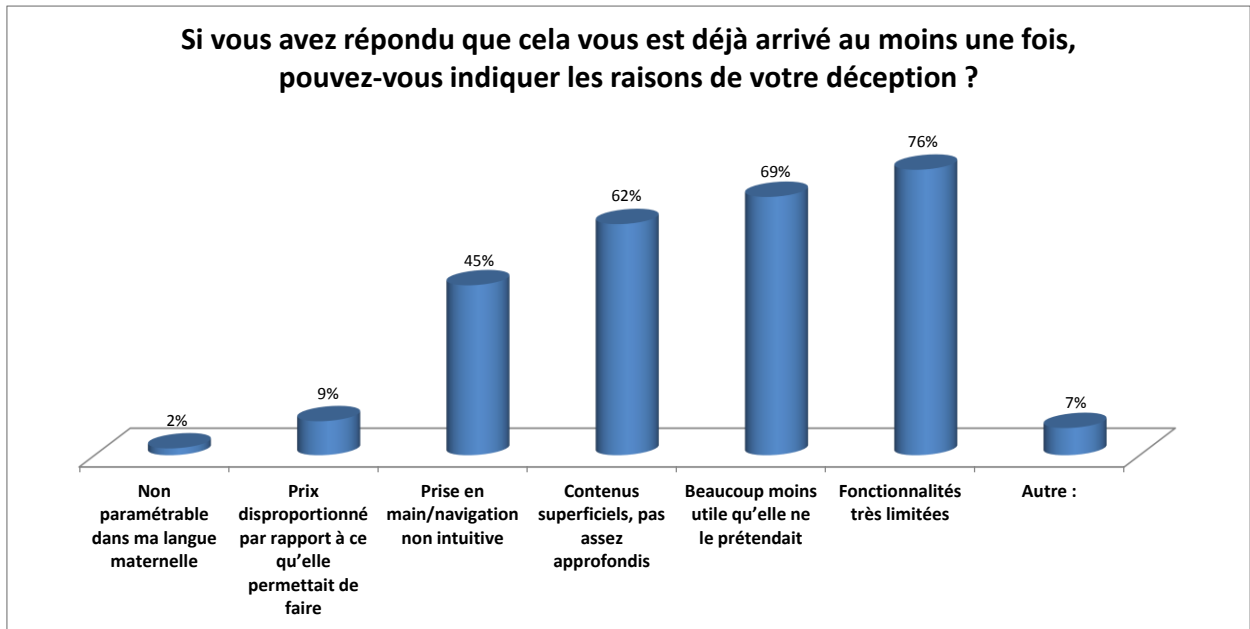


Figure XXI. Raison de la déception d'une application

• Les commentaires libres

La dernière page de notre enquête permettait aux utilisateurs de s'exprimer librement, concernant l'AppStore et les applications à disposition. Mis à part les commentaires (positifs ou négatifs) sur des applications particulières, une bonne partie des commentaires libres s'est concentrée sur l'utilisabilité de l'AppStore : il est jugé peu intuitif, surchargé de contenus, doté d'un moteur de recherche peu efficace au vue du nombre de réponses possibles et sans options de filtre/tri adéquates. Comme l'a dit l'un des répondants, « *il devient difficile de faire le tri entre les Tops et les Flops* »...

Le prochain chantier d'Apple serait donc l'ergonomie de sa propre plate-forme de téléchargement, bien moins efficace, intuitive et satisfaisante que d'autres interfaces mises au point par la marque.



VI. Conclusion sur l'enquête

Cette enquête révèle l'intérêt de l'AppStore pour les utilisateurs d'iPhone et autres dispositifs Apple : quasiment tous l'utilisent. Que ce soit du fait de l'hétérogénéité des applications ou bien de leur prix, il y a un véritable **intérêt** pour ce type de consommation, qui rentre de plus en plus dans les habitudes et les mœurs des utilisateurs.

Ensuite, les applications sont majoritairement utilisées dans des buts de divertissement ou bien de consultation d'informations, et rarement dans un but professionnel (hormis peut-être l'accès aux mails de travail), dans des conditions de mobilité, de détente ou alors afin de compenser le manque d'ordinateur.

L'AppStore a donc un réel intérêt, pour les consommateurs mais non seulement, car Apple a su proposer un système adapté aux besoins des développeurs, lesquels ont su proposer des applications s'intégrant parfaitement aux comportements de la vie de tous les jours.

Le succès de l'AppStore est donc d'avoir su s'interfacer entre développeurs et consommateurs, de façon suffisamment transparente pour faire de l'AppStore un aspect nécessaire pour tout possesseur d'iDevice.

VII. Qui est LudoTIC ?



LudoTIC

Cabinet d'experts en ergonomie multimédia, psychologie cognitive, Facteurs Humains, *user experience* et méthodologie de la recherche expérimentale, LudoTIC maîtrise des techniques de pointe comme l'analyse des mouvements oculaires. Une expertise unique, mise en valeur par le Marquis Who's Who in the World, qui cite le CTO Teresa Colombi depuis 2007. LudoTIC est également le premier cabinet d'ergonomie spécialisé dans les jeux vidéo et les interfaces ludico-éducatives. www.ludo-tic.com



VIII. Annexes

Le Questionnaire

1. Actuellement, vous possédez...

- un iPhone
- un iPad
- un iPod touch
- un ordinateur Mac
- plusieurs de ces dispositifs
- aucun de ces dispositifs

2. Utilisez-vous les applications téléchargeables de l'AppStore/iTunes ?

- Oui, plusieurs (plus de 6)
- Oui, certaines (5 ou moins)
- Non

3. Par quel support téléchargez-vous vos applications :

- directement sur mon iPhone/iPod/iPad par l'AppStore
- sur mon PC/Mac par iTunes

4. Quel est le prix moyen des applications que vous téléchargez ?

- Je ne télécharge que ce qui est gratuit
- Moins d'1€
- Entre 1 et 10€
- Entre 11 et 50€
- Plus de 51€
- Peu m'importe le prix, si l'appli m'intéresse !
- Mon iPhone/iPad est « jailbreaké » (cracké, ce qui permet de télécharger gratuitement les applications payantes)

5. Qu'est-ce qui vous motive le plus à télécharger une appli ?

- Ce que j'ai lu qu'elle me permet de faire
- Le prix
- Les avis d'amis/famille
- Les avis d'utilisateurs
- Les conseils/la pub de la société qui la propose (ex. une banque pour une appli pour surveiller son compte, etc.)



- Rien de particulier, j'ai tendance à tout tester !
- Autre : ...

6. Par quel moyen découvrez-vous le plus souvent de nouvelles applications ?

- Les avis d'amis/famille
- Les avis d'utilisateurs
- Les conseils/la pub de la société qui la propose (ex. une banque pour une appli pour surveiller son compte, etc.)
- la mise en avant sur iTunes ou sur l'AppStore (nouveau, Top25...)
- Autre : ...

7. Quel type d'applications utilisez-vous le plus ?

- Des jeux
- Des livres électroniques (l'application iBooks)
- Des applications de géo localisation (trouver un restaurant, trouver où on s'est garé, les informations trafic, etc.)
- Des applications pour faire des achats en ligne dans certains magasins
- Des applications pour accéder aux Journaux/aux actualités
- Des applications éducatives/pédagogiques (apprentissage des langues, cours de math...)
- Des applications liées au travail/à la productivité (éditeurs de texte, feuilles de calcul, présentations, etc.)
- Des applications dans le domaine Banque/assurance (suivi du compte...)
- Des applications dans le domaine de la Santé
- Des applications dans le domaine des sports et loisirs (voyages, cuisine, sorties de cinéma...)
- Des applications pour accéder aux réseaux sociaux (comme FaceBook ou Twitter)
- Des applications pour communiquer (comme Skype ou MSN)
- Des applications dans le domaine Multimédia (iMovie, retouche photo, enregistrement sonore, Shazam, etc.)
- Des applications de son opérateur téléphonique (comme Bouygues telecom pour suivre sa consommation)
- Des applications pour voyager, se déplacer (comme celle de la SNCF afin de connaître les horaires des trains)
- Des applications « accessoires » (dictaphone, lampe torche, niveau, boussole, etc.)
- Des applications sur la réalité augmentée
- Autre : ...

8. Quelle est l'application que vous préférez ?

.....

9. Qu'est-ce que vous aimez le plus dans cette appli ?

- Elle me fournit des informations/données que je ne pourrais pas avoir autrement



- Elle me fournit des informations/données de façon beaucoup plus rapide et en situation de mobilité que par un autre moyen
- Elle me fournit des informations/données de façon beaucoup plus ergonomique et agréable que par un autre moyen (je préfère l'accès sur mon iDevice que sur mon PC/Mac, ou en version papier, etc.)
- Elle me donne l'impression de faire partie d'une communauté (Facebook, Twitter, etc.)
- Elle me permet d'être toujours connecté(e)
- Elle me divertit, me fait passer le temps
- Elle m'apprend des choses
- Autre : ...

10. Combien de temps passez-vous sur votre appli préférée ?

- Plusieurs heures par jour
- Moins d'une heure par jour
- Quelques heures par semaine
- Moins d'une heure par semaine
- Moins d'une heure par mois

11. Combien de temps passez-vous sur l'ensemble de vos applications ?

- Plusieurs heures par jour
- Moins d'une heure par jour
- Quelques heures par semaine
- Moins d'une heure par semaine
- Moins d'une heure par mois

12. Dans quelles conditions utilisez-vous le plus souvent vos applications ?

- En situation de mobilité (bus, train, avion, ...)
- Quand je suis détendu (sur mon canapé ou dans mon lit)
- Quand je n'ai pas accès à mon PC/Mac
- A n'importe quel moment
- Autre :

13. Cela vous est arrivé d'être déçu(e) par une appli téléchargée ?

- Jamais
- Rarement
- Souvent
- Pratiquement à chaque fois (systématiquement)

14. Si vous avez répondu que cela vous est déjà arrivé au moins une fois, pouvez-vous indiquer les raisons de votre déception ?

- Contenus superficiels, pas assez approfondis
- Fonctionnalités très limitées



- Prise en main/navigation non intuitive
- Elle n'était pas paramétrable dans ma langue maternelle
- Son prix était disproportionné par rapport à ce qu'elle permettait de faire
- Elle est beaucoup moins utile qu'elle ne le prétendait
- Autre : ...

15. Pouvez-vous citer une appli qui vous a déçu ?

.....

16. Postez-vous des commentaires ou donnez-vous des notes aux appli téléchargées ?

- Jamais
- Parfois, en particulier quand je suis déçu(e)
- Parfois, en particulier quand je suis très satisfait(e)
- Assez souvent
- Toujours ou presque, car c'est important de partager ces informations

17. Faites-vous confiance aux notes et aux commentaires disponibles sur les applications à disposition ?

- Non
- Peu
- Ca dépend/moyennement
- Beaucoup
- Toujours

18. En général, êtes-vous satisfait(e) des applications disponibles sur l'AppStore/iTunes ?

- Pas du tout satisfait(e)
- Peu satisfait(e)
- Moyennement satisfait(e)
- Assez satisfait(e)
- Très satisfait(e)

Pour finir, voici quelques questions sur vous :

19. Votre âge ?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 25 ans
- Entre 26 et 35 ans
- Entre 36 et 45 ans
- Entre 46 et 55 ans
- Plus de 55 ans



20. Vous êtes...

- un homme
- Une femme

21. Votre profession ?

- Agriculteur, exploitant
- Artisan, commerçant, chef d'entreprise de moins de 10 salariés
- Chef d'entreprise de 10 salariés et plus
- Cadre, profession intellectuelle supérieure
- Profession intermédiaire (technicien, contremaître...)
- Employé(e)
- Ouvrier
- Etudiant(e)
- Sans activité professionnelle

22. Des commentaires sur les applications disponibles sur l'AppStore/iTunes ? Partagez-les avec nous !

.....
