

➤ **Tableau comparatif des caractéristiques :**

Sites mobiles	Applications mobiles
<p>Accès et référencement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accessibles depuis l'ensemble des téléphones mobiles (multi-terminaux, multi-OS), soit plus de 55 millions en France. - Accès utilisateur direct via son navigateur mobile (saisie de l'URL ou bookmark) ; lorsque les deux sites Internet fixe et mobile ont la même URL (fortement recommandé), redirection automatique vers le site mobile quand l'utilisateur se connecte à partir d'un mobile. - Possibilités de promouvoir le site mobile de plusieurs manières : accès web-to-mobile, par SMS ou via un code barre 2 D. - Méthodes de référencement simplifiées, similaires au Web (référencement sur les moteurs de recherche, sur les portails opérateurs mobiles, via Gallery...) - Le site mobile bénéficie du référencement naturel du site Internet fixe sur les moteurs de recherche disponibles sur les deux supports. - Consultation en mode connecté seulement. - Modes de connexion : réseaux mobiles (3G) ou WiFi. 	<p>Accès et référencement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compatibles pour un nombre limité de terminaux mobiles ; développements spécifiques à prévoir pour chaque variété de terminaux et de systèmes d'exploitation mobiles. - Téléchargement via des boutiques d'applications (l'AppStore pour l'iPhone, l'Android Market pour les mobiles Google, OVI pour les terminaux Nokia, boutiques opérateurs mobiles...) ou depuis le site mobile de l'éditeur. - Possibilité de promouvoir le site mobile de plusieurs manières: accès web-to-mobile, par SMS ou via un code barre 2 D. - Stockage sur le téléphone mobile et accès rapide via une icône. - Difficulté à sortir du lot dans les boutiques d'applications, notamment lorsque la marque ou le service ne bénéficie pas d'une forte notoriété. - Consultation en mode non connecté possible. - Modes de connexion : réseaux mobiles (3G) ou WiFi.
<p>Business Model</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accès au site mobile gratuit (hors coût de navigation mobile). - Possibilité d'intégrer des fonctionnalités de m-commerce ou de m-paiement (vente de contenus, de jeux...), à l'acte ou à l'abonnement. - Possibilité de commercialiser des espaces publicitaires. 	<p>Business Model</p> <ul style="list-style-type: none"> - Distribution gratuite ou vente de l'application (accès à la solution de paiement et DRM du store). - Possibilité de facturer des achats au sein de l'application (« In app purchase ») par diverses solutions de micro-paiement. - Possibilité de commercialiser des espaces publicitaires.

<p>Contenus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liberté éditoriale totale. - Rendu graphique qualitatif, dépendant du modèle et de l'OS du terminal mobile utilisé. - Accès limité aux fonctionnalités avancées du terminal. 	<p>Contenus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le contenu et fonctionnalités d'une application mobile peuvent être soumis à l'acceptation des stores. - Rendu graphique qualitatif et ergonomie optimale. - Accès aux fonctionnalités avancées du terminal (appareil photo, GPS, carnet d'adresses, boussole...).
<p>Développement et actualisation</p> <p>Développement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coûts de développement relativement limités (environnement HTML), en très grande partie mutualisés pour l'ensemble des terminaux. - Développement de 1 à 3 mois en moyenne, dépendant des fonctionnalités du site et des interactions éventuelles avec des systèmes d'information. <p>Evolution (nouvelles fonctionnalités, nouveaux développements)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Simplicité de gestion et de mise à jour du site, en mode web. - Mises à jour de l'application transparente pour le visiteur : l'utilisateur se connecte pour prendre connaissance des changements (Mode Pull). <p>Mise à jour du contenu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Au fil de l'eau, à chaque fois que l'utilisateur se connecte au site. 	<p>Développement et actualisation</p> <p>Développement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coûts de développement plus élevés que pour un site mobile : développements spécifiques pour chaque catégorie de téléphones mobiles selon leur système d'exploitation liés aux interfaces SI et interactions App. - Développement de 3 à 6 mois : phases à prévoir de corrections et de validation auprès de certains stores. <p>Evolution (nouvelles fonctionnalités, nouveaux développements)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mises à jour de l'application (nouveaux développements) plus complexes, susceptibles d'être soumis à une nouvelle validation du store. - Mise à jour de l'application avec possibilité d'envoyer des notifications à l'utilisateur (Mode Push). <p>Mise à jour du contenu</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nécessite que l'application se connecte à un serveur (mode 3 G ou Wifi).
<p>Tracking et statistiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outils de tracking similaires au Web ; tracking exhaustif. 	<p>Tracking et statistiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas d'outils standard disponible sur le marché. - Taux de chute élevé quand l'éditeur oriente le consommateur vers le store pour qu'il y télécharge l'application.