



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America
pr@adjust.com, www.adjust.com

Facebook et Adjust sur l'économie des applications dans le monde : le gaming et le divertissement, les verticales à plus forte croissance

Le rapport sur la croissance permet aux marketeurs de cibler et de fidéliser les utilisateurs à plus forte valeur dans les verticales de l'économie des applications.

PARIS, 8 avril 2021 — [Adjust](https://www.adjust.com), la plateforme mondiale de marketing des applications, a présenté aujourd'hui son deuxième Rapport sur la croissance des applications mobiles, en collaboration avec Facebook*. Cartographiant les tendances de croissance des applications et de rétention en 2020, le rapport démontre l'extraordinaire résilience de l'économie des applications, les régions APAC, MENA et Amérique du Sud affichant la plus forte croissance. Le gaming est la verticale à plus forte croissance dans le monde, sous l'impulsion de l'Argentine, alors que l'Inde prend la tête du classement des régions à plus forte croissance.

À l'aide de son propre Score de croissance, Adjust a mis en relief les tendances des applications mobiles hors des principaux marchés matures afin de montrer aux marketeurs d'applications où trouver le plus fort potentiel de croissance.

*« Plus que jamais, les marketeurs mobiles ont besoin d'une feuille de route pour identifier les bons utilisateurs, aux bons endroits, en temps voulu dans leurs parcours », affirme **Andrey Kazakov, Chief Operations Officer chez Adjust**. « Les données Adjust, augmentées des éclairages de Facebook sur les actions et préférences utilisateur, permettent aux marketeurs de cibler et de retenir leurs utilisateurs à plus forte valeur. »*

Voici certains enseignements à retenir sur les régions et les verticales les plus en vue :

- Le gaming en tête des classements mondiaux : Faisant écho aux conclusions du rapport Adjust [Tendances des applications mobiles](#) l'année dernière, les applications de gaming constituent la meilleure verticale. Ce résultat se doit en grande partie aux business models novateurs ([hypercasual, notamment](#)) et aux jeux instantanés conçus pour engager les utilisateurs par le biais de mécanismes simples et gratifiants.

- L'Amérique latine a la main mise sur le gaming, car l'augmentation de l'accessibilité et l'accroissement des populations urbaines ont encouragé un rapide développement mobile. Trois des cinq premiers pays en matière de gaming se situent en Amérique latine, avec l'Argentine en tête. Le Vietnam, le Brésil, la Chine et le Mexique complètent ce top cinq.
- L'Inde affiche la plus forte croissance, avec une pénétration mobile qui ne cesse de grandir. C'est la verticale de l'éducation qui s'y développe le plus vite, alors que l'éducation est la verticale à surveiller, car un marché à haute compétitivité du streaming et de l'OTT (Over the Top) est en train d'émerger.
- Le divertissement se développe rapidement et les abonnements sont la tendance à surveiller. Selon [l'étude menée par Adjust](#), avec les données Apptopia, près 80 % des 225 premières applications du Google Play Store et presque 0 % des 225 premières applications de l'App Store sont basées sur des abonnements.
- La Corée et le Vietnam occupent le haut des tableaux en e-commerce en tant que marchés à plus forte croissance dans le commerce mobile-first. Au Vietnam, en particulier, les applications affichent une forte marge de croissance grâce à la présence simultanée de marchés sous-exploités et de consommateurs avides. La Chine, l'Égypte et la Colombie sont aussi très performantes en e-commerce.

Sur la base de ces éclairages, les marketeurs peuvent élaborer une stratégie effective autour des marchés susceptibles de voir leurs applications réussir. Plus important encore, ils peuvent créer des expériences client hyper ciblées et personnalisées.

*« Le marché des applications mobiles est mondial par nature. Il est facile d'y démarrer. car il n'existe quasiment pas de barrière à l'entrée, mais il est tout aussi facile d'échouer si vous ne comprenez pas bien les marchés et les utilisateurs », a déclaré **Bryan Wang, Director of Marketing Science, Greater China Region & Gaming chez Facebook.** « Les données et les informations contenues dans ce rapport peuvent aider les annonceurs à identifier leurs nouvelles stratégies d'entrée sur le marché et à mettre en œuvre des tactiques gagnantes ».*

Pour découvrir les autres conclusions, téléchargez le rapport complet [ici](#).

###

Méthodologie

Le Rapport sur la croissance des applications mobiles Adjust, en partenariat avec Facebook, s'appuie sur les données de près de 3 500 applications publiées en 2020 sur l'App Store et le Google Play Store. Il concerne 31 pays et quatre secteurs d'activité pour évaluer la réussite des applications. Le Score de croissance est calculé en divisant le nombre total d'installations mensuelles par le nombre d'utilisateurs

actifs mensuels (MAU) pour chaque verticale et chaque pays du jeu de données Adjust, permettant ainsi d'obtenir le taux de croissance des installations en relation avec la base MAU.

*Toutes les données proviennent uniquement de la plateforme Adjust. Les données de Facebook n'ont pas été utilisées dans ce rapport.

À propos d'Adjust

[Adjust](#) est une plateforme mondiale d'analyse du marketing des applications qui s'engage à respecter les normes plus exigeantes en matière de respect de la confidentialité et de performances. Les solutions Adjust couvrent l'attribution et la mesure, la prévention de la fraude, la cybersécurité, ainsi que les outils d'automatisation. La mission de notre société est de rendre le marketing mobile plus simple, plus intelligent et plus sûr pour les 50 000 qui nous font confiance.

Contact :

Joshua Grandy
Communications Manager, US
pr@adjust.com