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

Le rapport Benchmarks des partenaires d'Adjust montre la croissance mondiale de l'économie des apps, avec des facteurs de croissance divergents par régions

Le rapport interactif Benchmarks des partenaires propose aux marketeurs mobiles data-driven des éclairages sur les performances des réseaux, marchés et verticales

PARIS, 29 septembre 2021 — La plateforme d'analytiques en marketing mobile Adjust a annoncé aujourd'hui les résultats d'un rapport interactif, Benchmarks des partenaires, qui montre que l'économie des apps se développe dans le monde entier, même si les facteurs de croissance diffèrent selon les régions. Cette étude mondiale a passé au peigne fin plus de 270 réseaux publicitaires avec 6 milliards d'installs non-organiques, à travers 250 pays et 12 verticales.

« De façon générale, nous constatons que l'écosystème des apps continue de se développer à un rythme très élevé. La part du mobile va d'ailleurs bientôt atteindre 75 % du total des dépenses publicitaires numériques cette année. Pour faire preuve d'efficience, les managers UA ont besoin de meilleures pratiques et de canaux communs spécifiques à leur région et leur verticale » a indiqué Andrey Kazakov, Chief Operating Officer chez Adjust. « Le rapport Benchmarks des partenaires d'Adjust nous présente les coulisses du secteur de la publicité mobile : quels sont les réseaux les plus courants, comment élaborer un channel mix parfaitement équilibré, et où trouver les utilisateurs haute qualité à l'avenir. Pour répondre à ces questions, le rapport se base sur les choix des autres entreprises, par région et par verticale. »

Parmi les principales conclusions du rapport Benchmarks des partenaires d'Adjust:

- **L'économie mondiale des applications se développe de façon exceptionnelle, mais les facteurs de croissance diffèrent selon les régions.** Par exemple, la croissance en APAC provient principalement du gaming mobile, alors que celle constatée en Turquie se voit dynamisée par les verticales hors gaming. Facebook, Google, AppLovin et Unity dominent toutes les verticales en Turquie, alors qu'en APAC, Facebook et Google Ads cumulent la majorité des dépenses publicitaires dans la plupart des verticales et des marchés. Mais les réseaux régionaux montent en régime.

- **Le gaming reste la catégorie reine en matière d'acquisition utilisateur, avec l'APAC à sa tête.** Le gaming représente 50 % du total des dépenses publicitaires UA dans toutes les verticales, selon les données mondiales

d'Adjust. Les entreprises en APAC sont celles qui dépensent le plus en UA gaming (64 %), suivies par l'Amérique du Nord (57 %) et l'EMEA (39 %). AppLovin et IronSource affichent d'excellentes performances dans cette verticale, mais Facebook, Google Ads, TikTok, Unity et Mintegral ne sont pas en reste.

- **L'Asie du Sud-Est (SEA) affiche une croissance massive dans la verticale du m-commerce.** Les données d'Adjust montrent que les installations e-commerce en SEA ont augmenté de 18 % au premier semestre 2021, la part du digital retail progressant aujourd'hui plus rapidement qu'en Chine et en Inde. Si Google et Facebook sont encore les canaux marketing dominants, des réseaux comme TikTok, Affle, Naver, InMobi et Appier montent en régime et constituent des choix judicieux pour les stratégies d'achat gagnantes.

- **Les apps de livraison de nourriture continuent de prospérer suite à la très forte croissance entraînée par la pandémie.** Les données d'Adjust indiquent que la croissance du Food and drink a été en hausse constante, même lorsque les mesures de confinement avaient pris fin. Les installations mondiales en 2020 ont augmenté de 19 % et, à ce jour en 2021, elles se sont encore accrues de 20 %. La croissance des sessions affiche des résultats encore plus impressionnants, avec déjà une hausse de 34 % en 2021 par rapport aux 71 % de 2020. Google Ads, Facebook et Apple Search Ads sont les premiers réseaux porteurs de croissance, même si Snap et TikTok ont rejoint le Top 5, suivis par AppLovin, Headway et Digital Turbine.

- **Les réseaux sociaux disposent d'un nouveau facteur de croissance : la vidéo courte**. Le temps consacré à ce type de vidéo continue d'augmenter rapidement, tout comme la puissance de son format, qui s'est imposé comme un acteur majeur du commerce. Sans surprise, Google Ads, TikTok, Snap, Apple Search Ads et Facebook figurent en tête de liste dans toutes les verticales, aussi bien sur iOS qu'Android dans la verticale des réseaux sociaux.

Découvrez en détail les conclusions du rapport Benchmarks des partenaires ici.

###

Méthodologie
Le rapport Benchmarks des partenaires d'Adjust s'appuie sur des données du premier semestre 2021, et présente les analytiques de 272 réseaux ayant cumulé

plus de 6 milliards d'installations payées et 160 milliards de sessions issues de 5 460 apps — une vision globale de la clientèle Adjust.

Les clients d'Adjust opèrent depuis 246 pays, avec une forte présence en Amérique du Nord et dans les régions EMEA et APAC. Les principales conclusions mettent en avant les tendances communes à l'ensemble du secteur, en les comparant avec d'autres rapports du secteur ainsi qu'avec le Rapport Adjust sur les tendances des apps mobiles en 2021.

À propos d'Adjust

Adjust, plateforme mondiale d'analytiques privilégiée des marketeurs mobiles axés sur la croissance, propose des solutions pour mesurer et optimiser les campagnes et protéger les données utilisateur. Adjust alimente des milliers d'applications à travers l'intelligence intégrée et l'automatisation, et leur offre un support client réactif dans le monde entier.

En 2021, Adjust a été acquis par AppLovin (Nasdaq: APP), une plateforme marketing leader qui propose aux développeurs des solutions intégrées pour développer efficacement leurs applications mobiles. En savoir plus sur Adjust : www.adjust.com/fr.

Contact :
Joshua Grandy
Director, Global Communications
pr@adjust.com