



#### Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e - 32 rue de Trévise - 75009 Paris

Elodie Larcis

01.56.03.15.20

[elodie.larcis@bm.com](mailto:elodie.larcis@bm.com)

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

[vincent.darricarrere@bm.com](mailto:vincent.darricarrere@bm.com)

ALERTE PRESSE

## MWC 2017 : les applications mobiles sur le déclin en Europe

- *Stagnation de l'adoption et de l'utilisation des applications mobiles en Europe, après une nette tendance à la baisse aux États-Unis ;*
- *L'adoption du smartphone est 34 % plus importante dans les pays émergents. Les smartphones sont désormais le moteur exclusif des nouveaux usages d'Internet sur des marchés comme l'Inde et le Brésil ;*
- *Le trafic web sur tablette a chuté ou stagné dans le monde entier entre 2014 et 2016.*

**PARIS, France — 28 février 2017** — Le dernier rapport Adobe Digital Insights révèle qu'en dépit d'une croissance du trafic sur smartphone en Europe qui a plus que doublé entre 2014 et 2016, l'adoption et l'utilisation régulière des applications mobiles commence à se stabiliser en France, en Allemagne et au Royaume-Uni.

L'Europe semble suivre la tendance des États-Unis, où les installations d'applications mobiles ont chuté de 38 % depuis 2014 – le nombre d'applications ouvertes ayant diminué de 28 %. En Europe, l'utilisation des applications marque considérablement le pas, avec une baisse des installations de 5 % sur la même période et une faible augmentation du taux d'ouverture (4 %). Les pays d'Europe occidentale comme le Royaume-Uni et la France devraient enregistrer des déclin similaires à ceux des États-Unis dans les années à venir.

Les applications et les mobiles affichent globalement une hausse du trafic en décembre et janvier (9 %) suite aux ventes de terminaux mobiles pendant la période de Noël, mais le trafic retombe dès le mois de février – et pour le restant de l'année.

#### Des applications à l'AMP

Si l'utilisation des applications est globalement sur le déclin, les articles AMP (Accelerated Mobile Pages) de Google sont là pour durer. Depuis avril 2016, le nombre de pages AMP consultées a presque quintuplé, représentant désormais 7 % des clics sur les articles d'actualité dans le monde. Le trafic a culminé en novembre 2016, avec une augmentation globale de 896 % des AMP de Google liées à l'élection présidentielle américaine.

John Watton, Directeur Marketing EMEA Adobe, commente : « *Cinq applications sur dix sont encore utilisées plus de dix fois après leur téléchargement, ce qui montre que les marques ont encore un public captif sur mobile, il faut donc capitaliser sur cette utilisation. Si les spécialistes du marketing obtiennent des applications mobiles correctement, ils peuvent être cruciaux pour stimuler les visites répétées et la fidélité. Dans cette optique, il est essentiel pour les marques de délivrer une expérience mobile attrayante, que ce soit par des expériences plus personnalisées ou par l'intégration de nouvelles technologies.* »

#### Perspectives mondiales

Le rapport indique que les pays émergents affichent un taux d'adoption des smartphones supérieur de 34 % à celui des pays riches. Alors que le marché de l'Internet arrive à saturation aux États-Unis et en Europe, il n'est plus alimenté en Inde, en Chine et au Brésil que par le « boom » des smartphones.

Ce sont les pays d'Amérique du Sud qui enregistrent désormais la plus forte croissance en termes d'adoption des smartphones, avec une hausse en glissement annuel de 43 % du trafic sur smartphone dans des pays comme le Brésil et l'Argentine.

Du côté des tablettes, le trafic a chuté ou stagné en 2016 dans tous les pays sondés. Aux États-Unis, le trafic sur tablette enregistre une baisse de 19%, passant de 10% en 2014 à 8% en 2016. La tablette demeure comparativement un support de choix en Europe, avec un trafic accusant un déclin moyen de 2% entre 2014 et 2016 au Royaume-Uni, en France et en Allemagne. Elle ne représente cependant plus que 10% des visites en ligne en Europe. En France le trafic sur tablette est également en baisse, passant de 12% en 2014 à 10% en 2016.

Lien utile :

- [Lien vers l'article de blog](#)

#### **À propos d'Adobe Digital Insights**

Adobe Digital Insights publie des recherches sur le marketing digital et d'autres sujets d'intérêt pour les cadres supérieurs du marketing et du commerce électronique dans l'ensemble des industries. La recherche est basée sur l'analyse de données anonymes et agrégées d'Adobe Digital Marketing Cloud, d'Adobe Analytics et d'Adobe Mobile Services pour obtenir des données en temps réel et une analyse de l'utilisation mobile mondiale.

Les résultats sont basés sur l'analyse de plus de 1,7 trillion de visites sur plus de 16 000 sites web et de plus de 130 milliards deancements d'applications de plus de 1000 applications de janvier 2014 à décembre 2016. Les pays européens analysés comprennent la Finlande, la France, l'Allemagne, La Suisse et le Royaume-Uni, ainsi que les États-Unis et les pays de la région Asie-Pacifique.

###

#### **À propos d'Adobe**

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site <http://www.adobe.com/fr/>.