

7 décembre 2016

## Prévisions pour l'app économie en 2017



App Annie

Que nous réserve l'avenir dans l'app économie ? Découvrez nos 10 prévisions sur les technologies et tendances de l'année prochaine.

2016 est en voie de devenir une année phénoménale pour l'app économie. D'ici la fin du mois de décembre, les dépenses consommateurs devraient s'élever à 52 milliards de dollars sur les app stores pour l'année, un montant auquel il faut ajouter la somme vertigineuse de 77 milliards pour la publicité intégrée. Le mobile s'est plus que jamais généralisé, et des entreprises de tous les secteurs comptent désormais sur ce vecteur pour développer leur chiffre d'affaires existantes et trouver de nouveaux débouchés.

Cette année a aussi été marquée par des changements importants dans l'app économie, comme nous l'annoncions dans notre étude Prévisions Apps 2016 (<https://www.appannie.com/fr/insights/market-data/top-app-predictions-2016/>) ; à noter rétrospectivement, que la majorité de nos prévisions dans ce document s'est avérée exacte. Les apps de shopping et online-to-offline (O2O) se sont largement consolidées en Asie par exemple, avec notamment l'acquisition d'Uber China (<https://newsroom.uber.com/uber-china-didi/>) par Didi, qui a mis un terme à la guerre des subventions que se livraient ces deux sociétés. Nous avons également annoncé que *Pokémon GO* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000538064/>) de Niantic relancerait l'intérêt pour la réalité augmentée (RA). Évidemment, nous n'avons pas toujours vu juste : le téléchargement des apps de productivité a notamment baissé d'une année à l'autre sur iPad suite au lancement de l'iPad Pro.

2017 s'annonce également remarquable pour l'écosystème des apps. L'année sera marquée par des innovations importantes au niveau plateforme, la croissance des sociétés mobile-first et la conversion au mobile de toujours plus d'entreprises des secteurs traditionnels.

## Prévisions d'App Annie pour 2017

### Etat de l'app économie en 2017 : croissance généralisée

Nous prévoyons (<https://www.appannie.com/insights/market-data/app-monetization-report-2016/>) que les dépenses brutes sur mobile, à la fois sur les app stores et sur la publicité, s'élèveront à 166 milliards de dollars en 2017.

- Les dépenses consommateurs sur les app stores représenteront 65 milliards. Les jeux resteront le moteur principal de ce chiffre d'affaires, même si les abonnements aux apps de rencontre et de streaming multimédia croîtront plus rapidement.
- Les dépenses brutes en publicité intégrée représenteront 101 milliards de dollars. Une part significative de ce montant proviendra des réseaux sociaux, des plateformes de streaming vidéo et des jeux. Les publicités mobiles au format vidéo enregistreront la croissance de chiffre d'affaires la plus forte dans ces trois catégories. La publicité de marque sera elle aussi significative, sa croissance lui permettant d'atteindre 12,5% du total des dépenses publicitaires intégrées.
- La durée d'utilisation des apps de shopping a augmenté de 52% sur Android à travers le monde (sauf en Chine) au cours des trois premiers trimestres de 2016 par rapport à la même période en 2015, ce qui s'explique en grande partie par la croissance du m-commerce. En 2017, la croissance la plus forte devrait provenir des boutiques traditionnelles, à mesure que les apps mobiles redéfiniront les achats en boutique.
- D'autres secteurs traditionnels tels que la banque et la restauration rapide verront le temps d'utilisation de leurs apps augmenter en 2017, à mesure que leurs services intégreront le mobile.

### Une consolidation du commerce en Occident

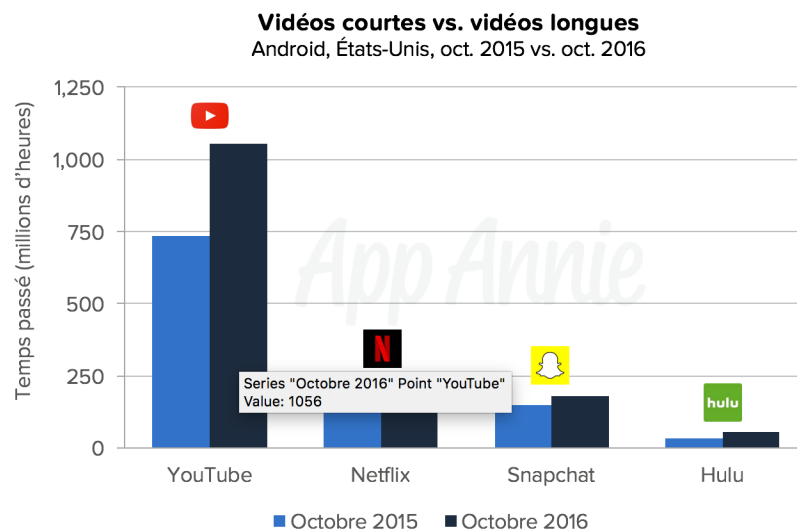
Les apps de commerce devraient connaître une consolidation importante en Occident en 2017, de manière assez similaire à ce qu'il s'est passé cette année en Asie. Les start-ups de covoiturage et de livraison ont obtenu d'importants investissements en capital-risque pour financer leur croissance et leur acquisition utilisateurs lors des phases d'innovation et de découverte. Les réductions de prix ont permis d'attirer de nouveaux utilisateurs, mais cette approche n'est pas viable à long terme économiquement. L'arrivée à maturité du marché en 2017 devrait consolider et normaliser la dynamique concurrentielle et permettre à quelques acteurs dominants du secteur, de s'introduire en bourse.

### Les vidéos courtes explosent et concurrencent la TV traditionnelle

Avec l'émergence ces dernières années de plateformes de streaming Premium telles que *Netflix* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000443/>), beaucoup pensaient que le marché du contenu TV et ses acteurs traditionnels allaient être bouleversés. Toutefois, Netflix se définit (<https://twitter.com/newyorkerlive/status/784381273779339265>) elle-même comme un réseau de télévision et donc comme un concurrent parmi d'autres. Une description qui correspond mieux à ses investissements dans le contenu original. Cette stratégie devrait entraîner un changement des canaux de consommation et donc une

augmentation des abonnés et de l'engagement. Toutefois, avec leurs bibliothèques limitées, les services d'abonnement Premium ne sont pas en position de remplacer le modèle télévisuel actuel.

Nous pensons que ce rapport de forces devrait basculer dans les années à venir avec le développement des vidéos courtes et des vidéos en direct sur des plateformes telles que *YouTube* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000441/>), *Facebook* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000186/>) et prochainement *Snapchat* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000354/>). En octobre 2016, le temps passé sur *YouTube* a augmenté de près de 45% aux États-Unis sur Android. Une croissance qui devrait se prolonger en 2017 à mesure que les entreprises de médias investissent dans le contenu dédié. Cette tendance va progressivement bouleverser le secteur en entraînant un détournement de la TV traditionnelle, notamment chez les jeunes utilisateurs. Les désabonnements aux réseaux TV câblés et terrestres vont par conséquent se multiplier, sans parler des consommateurs qui ne s'abonneront jamais.



([/static-t.aa-cdn.net/wp-content/uploads/2016/12/Predictions-blog\\_FR\\_screen-1.png](https://static-t.aa-cdn.net/wp-content/uploads/2016/12/Predictions-blog_FR_screen-1.png)) La durée d'utilisation de YouTube a explosé dans des proportions plus importantes que les principales apps de streaming. Nous anticipons que Snapchat sera plus utilisée que Netflix l'année prochaine avec le développement des vidéos courtes.

## L'impact des chatbots reste limité, mais la messagerie B2C se développe

En 2016, l'argument principal des chatbots se basait sur le « commerce conversationnel ». L'économie à la demande est en elle-même une solution alternative à ce concept. Le principe des apps de livraison alimentaire et de covoiturage est de supprimer toute friction — l'interface utilisateur graphique (IUG) remplace la conversation. À l'inverse, la messagerie améliore l'efficacité des conversations existantes, tel que pour le service client ou après-vente. Facebook devrait prendre les devants dans ce domaine en intégrant des apps de messagerie telles que *Facebook* (<https://www.appannie.com/apps/all->

stores/app/1000600000000187/) *Messenger* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000187/>) et *WhatsApp* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000951/>) dans ses pages. Les chatbots auront toujours un rôle à jouer, mais en 2017, l'intelligence artificielle ne sera pas encore assez développée pour assurer des conversations entières dans le cadre du service client. Ils se limiteront donc aux notifications et à l'orientation des utilisateurs vers les personnes appropriées.

### La recherche vocale se développe — mais reste marginale

À son lancement, Google Assistant offrait une vision audacieuse d'un avenir régi par les assistants vocaux. Bien que le nombre de recherches vocales sur mobile devrait augmenter, les schémas d'interaction avec les apps ne devraient pas changer pour autant. D'après nos estimations, les interactions vocales représentaient environ 1,2% du nombre total de sessions smartphone (<https://www.appannie.com/insights/mobile-strategy/google-assistant-tick-tock-paradigm-shifts/>) sur Android en août 2016. Même en tenant compte du développement des recherches vocales, ce type d'interaction restera clairement inférieur à 2% du total. Un chiffre qui s'explique par l'intégration profonde des fonctionnalités tactiles existantes, qui ne devraient pas changer à ce stade du cycle de maturité. Ceci dit, nous devrions assister au développement des suggestions à l'écran, qui s'appuient sur la même IA sous-jacente.

### Instant Apps et la découverte distribuée redéfinissent la navigation des apps

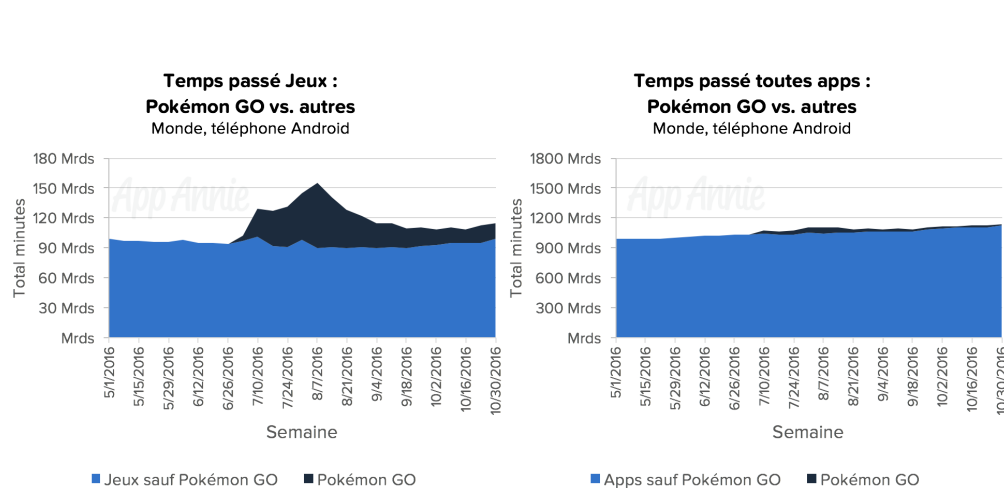
Instant Apps, un système permettant d'accéder aux apps Android sans passer par la case téléchargement, a été une des annonces majeures de Google I/O cette année. Les développeurs adopteront ce système progressivement en 2017, essentiellement pour les apps utilisées moins fréquemment, notamment dans les marchés verticaux du voyage, de la livraison alimentaire et du shopping. Suivront ensuite les apps nécessitant peu de temps d'utilisation telles que les apps de covoiturage. Cette tendance est renforcée par le phénomène de la « découverte distribuée » : plutôt que de proposer ses apps uniquement sur les app stores, Google les rend accessibles à travers ses autres services. *Google Maps* (<https://www.appannie.com/apps/all-stores/app/1000600000000694/>) intègre désormais des liens vers des apps de covoiturage (<https://blog.google/products/maps/hailing-more-ride-service-options-in/>), de réservation d'hôtels et de livraison alimentaire (<http://fortune.com/2016/10/28/google-maps-food-delivery/>). *Google Nearby* (<https://developers.google.com/nearby/>) vient compléter ce service avec des invites de téléchargement d'apps soumises aux utilisateurs lorsqu'ils sont à proximité d'une entreprise ou d'une boutique. Notons également que les recommandations Google Search, Google Now et Google Assistant proposent des apps dans des contextes variés. Une tendance qui se profile aussi en Chine avec les « Small Programs » de WeChat (<https://www.engadget.com/2016/11/02/chinas-wechat-messenger-tests-its-own-version-of-instant-apps/>). (<https://www.engadget.com/2016/11/02/chinas-wechat-messenger-tests-its-own-version-of-instant-apps/>)

### *Pokémon GO* résiste aux tentatives de clonage et Niantic développe son offre de jeux

Ces dernières années, les éditeurs de jeux à succès ont dû faire face aux imitations. Les jeux de Niantic — notamment *Pokémon GO* — dérogent à cette règle. Sa plateforme de géolocalisation s'appuie sur un important capital technologique (en plus des API Google Maps et Google Places) et les millions de localisations fournies par les utilisateurs (<http://mashable.com/2016/07/10/john-hanke-pokemon-go/#3w8BCQU5HkqN>) de son jeu précédent, *Ingress*. Niantic détient ainsi le premier business model structurellement viable du secteur des jeux vidéo. Nous pensons qu'en 2017, seul Niantic, en collaboration avec des franchises, sera capable de développer des jeux de réalité augmentée (AR) intégrant la géolocalisation. L'engagement de *Pokémon GO* devrait se stabiliser, avec des pics importants (<https://www.appannie.com/insights/top-trending-apps/pokemon-gos-halloween-event-treats-players/>) pour les événements de jeu et les ajouts de fonctionnalités majeures. D'autres entreprises de la distribution devraient souscrire au programme de géolocalisation à réalité augmentée (<http://www.forbes.com/sites/jasonevangelho/2016/07/12/niantic-ceo-confirms-sponsored-locations-are-coming-to-pokemon-go/#1da1b119137e>) de Niantic pour augmenter la fréquentation de leurs points de vente.

## La réalité augmentée va s'immiscer dans les apps

Peu de temps après la sortie de *Pokémon GO*, nous faisons remarquer que le jeu venait compléter l'écosystème des apps sans pour autant impacter la concurrence (<https://www.appannie.com/insights/mobile-strategy/pokemon-go-an-opportunity-not-a-threat/>). Le gameplay à réalité augmentée, non axé sur la consommation, a occupé un temps qui n'était pas dévoué au mobile. Quelques entreprises dans différents secteurs ont su tirer parti de cette tendance pour développer leurs relations clients, à l'image de Sears (<http://www.mobilecommercedaily.com/sears-app-based-in-store-scavenger-hunt-borrows-from-pokemon-go>) (commerce de détail), Swissquote (<http://www.swissquote.ch/sqw-static/marketing/swissquote-go/en/>) (banque) et Catch Coco (<http://teamcoco.com/catchcoco>) de TBS (médias et divertissement). En 2017, beaucoup d'autres sociétés devraient se lancer dans la RA sur smartphone, notamment celles interagissant avec la présence physique de leurs clients.



([//static-t.aa-cdn.net/wp-content/uploads/2016/12/Predictions-blog\\_FR\\_screen-2\\_Logo.png](http://static-t.aa-cdn.net/wp-content/uploads/2016/12/Predictions-blog_FR_screen-2_Logo.png))

*La croissance spectaculaire de Pokémon GO a été additionnelle à l'app économie, avec peu d'impact sur les apps et les jeux concurrents.*

### La réalité virtuelle est particulièrement compatible avec le mobile

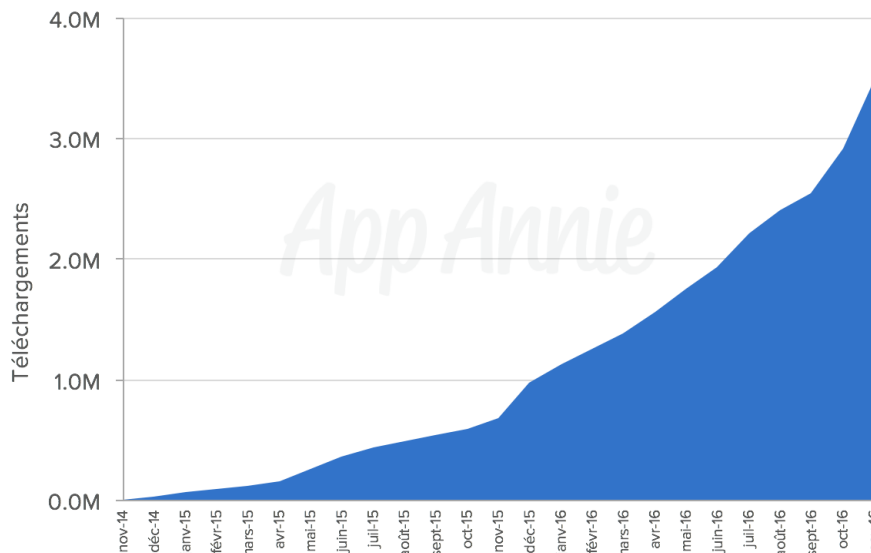
En termes d'adoption, les accessoires de VR mobiles, notamment Gear VR et Google Daydream Viewer, vont largement distancer leurs équivalents sur PC tels que HTC Vive et Oculus Rift. Cette prévision s'appuie sur leurs coûts bien moindres et leur portée d'utilisation étendue, comprenant les vidéos à 360 degrés pour les informations, le sport, le divertissement et même l'éducation. Avant la fin de l'année, le taux d'adoption de la VR mobile devrait être comparable à celui des assistants vocaux en 2016.

### Les nouvelles plateformes : l'assistant vocal reste un produit de niche et les lunettes connectées s'imposent

#### Assistants vocaux :

Amazon Echo a fait beaucoup de bruit en 2016, son côté avant-gardiste attirant les early adopteurs et générant environ 3,5 millions de téléchargements cumulés de son app satellite au mois de novembre. L'adoption des appareils devrait se développer grâce à une palette étendue de fonctionnalités et le lancement récent de Google Home. Les assistants vocaux devraient cependant rester des produits de niche en 2017, leur adoption étant freinée par la relative absence d'autres appareils domestiques connectés sur le marché.

**App satellite Amazon Alexa – Téléchargements cumulés**  
Monde, iOS et Google Play cumulés



(//static-t.aa-cdn.net/wp-content/uploads/2016/12/Predictions-blog\_FR\_screen-3.png) L'app satellite Amazon Alexa a été téléchargée environ 3,5 millions de fois sur iOS et Google Play. La grande majorité de ces téléchargements provient des États-Unis.

#### Wearables :

Les montres connectées n'ont pas su concrétiser l'engouement suscité il y a quelques années, tant au niveau des consommateurs que des développeurs. Nous anticipons par conséquent que les fabricants et les propriétaires de plateforme vont désormais investir dans les lunettes intelligentes, qu'elles soient simplement équipées d'une caméra comme les Snap Spectacles (<https://www.appannie.com/insights/top-trending-apps/snapchats-spectacles-shape-mobile-advertising/>) ou qu'elles agissent en tant que plateforme de RA à part entière comme les Microsoft HoloLens. Mais leur technologie n'est pas encore arrivée à maturité, ce qui devrait mitiger leur succès commercial en 2017.

## Développez votre app business

Abonnez-vous à notre bulletin hebdomadaire pour obtenir des études du secteur des apps, ainsi que des informations sur les conférences et des guides.

Vous souhaitez faire évoluer votre app business ? Suivez les performances de millions d'apps à travers le monde en termes de téléchargement, de chiffre d'affaires, de données démographiques et d'utilisation avec *App Annie Intelligence*. Demandez dès aujourd'hui une démonstration (<https://www.appannie.com/tours/enterprise-market-data/#EMD-schedule>).

Notes :

- *App Annie Intelligence* est actuellement disponible pour l'iOS App Store et Google Play. À l'heure actuelle, nous ne fournissons pas d'estimations pour d'autres app stores tels que l'Amazon Appstore. Bien qu'iOS et Google Play représentent une part significative du marché des applications dans de nombreux pays, d'autres marchés échappent à cette tendance. Par exemple, la Chine dispose d'un certain nombre d'app stores tiers importants sur Android.
- Les données fournies par App Annie Usage Intelligence concernant les smartphones et les tablettes sont tirées des données d'utilisation mobiles recueillies auprès d'un panel d'utilisateurs réels, ajoutées à des datasets propriétaires.
- App Annie suit l'utilisation des terminaux à l'aide d'un identifiant haché protégeant la confidentialité. Les données sont fournies à des tiers sous format agrégé uniquement.
- Certaines marques déposées et/ou images utilisées dans cette étude peuvent appartenir à des tiers et sont la propriété de leurs propriétaires respectifs. App Annie ne revendique pas de droits sur de telles marques déposées ou images.

---

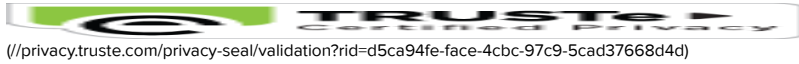
Consultez d'autres articles sur Market Data  
(</fr/insights/topic/market-data/>), Mobile Strategy  
(</fr/insights/topic/mobile-strategy/>)

---

[Accueil \(/?\\_ref=footer\)](#)
[Connaissances sur les données marché \(/tours/market-data-intelligence/?\\_ref=footer\)](#)
[App Analytics \(/tours/app-analytics-platform/?\\_ref=footer\)](#)  
[Store Stats \(/tours/app-store-optimization/?\\_ref=footer\)](#)
[Blog \(/insights/?\\_ref=footer\)](#)
[Tarifs \(/pricing/?\\_ref=footer\)](#)
[À propos \(/about/?\\_ref=footer\)](#)
[Clients \(/customers/?\\_ref=footer\)](#)  
[Nos dirigeants \(/about/leadership/?\\_ref=footer\)](#)
[Carrières \(/about/jobs/?\\_ref=footer\)](#)
[Partenariats \(/about/partnerships/?\\_ref=footer\)](#)
[Presse \(/about/press/?\\_ref=footer\)](#)  
[Contact \(/about/contact/?\\_ref=footer\)](#)  
[Assistance \(http://support.appannie.com/?\\_ref=footer\)](#)
[Sécurité \(/legal/security/?\\_ref=footer\)](#)
[Utilisation des données \(/legal/data-usage-policy/?\\_ref=footer\)](#)  
[Copyright \(/legal/copyright/?\\_ref=footer\)](#)

[English \(/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)
[日本語 \(/jp/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)  
[한국어 \(/kr/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)
[中文\(简体\) \(/cn/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)  
[Русский \(/ru/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)
[Français \(/fr/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)  
[Deutsch \(/de/insights/market-data/2017-predictions-app-economy/\)](#)

© 2016 App Annie
 [Conditions d'utilisation \(/legal/terms/?\\_ref=footer\)](#)
[Charte de confidentialité \(/legal/privacy/?\\_ref=footer\)](#)



(/privacy.truste.com/privacy-seal/validation?rid=d5ca94fe-face-4cbc-97c9-5cad37668d4d)

[in](http://www.linkedin.com/company/app-annie) (http://www.linkedin.com/company/app-annie)
 [f](http://www.facebook.com/AppAnnie) (http://www.facebook.com/AppAnnie)
 [t](http://www.twitter.com/appannie/) (http://www.twitter.com/appannie/)
 [g+](http://google.com/+appannie) (http://google.com/+appannie)
 [s](http://www.slideshare.net/AppAnnie) (http://www.slideshare.net/AppAnnie)
 [y](http://www.youtube.com/appannietv) (http://www.youtube.com/appannietv)
 [e](http://e.weibo.com/appannie) (http://e.weibo.com/appannie)
 [r](http://blog.appannie.com/feed/) (http://blog.appannie.com/feed/)

(http://www.linkedin.com/add\_to/facebook?linkurl=https%3A%2F%2Fwww.appannie.com%2Ffr%2Finsights%2Fmarket-data%2F2017-predictions-app-economy/)