



PRINCIPALES TENDANCES MOBILES DANS LE MONDE 2020

Par AIRSHIP – Septembre 2020

Paris - le 29 septembre 2020 – Airship, leader mondial de l’engagement client mobile, dévoile les résultats de son étude annuelle de référence sur les tendances mobile réalisée sur près de 750 millions de personnes dans le monde. Le rapport détermine deux périodes et les compare afin de distinguer, d’une part l’impact spécifique de la pandémie et d’autre part, celui plus long terme des réglementations sur la vie privée, des politiques plus strictes d’approbation d’Apple et Google et de l’évolution continue des usages. Ainsi, une comparaison annuelle (fév. à fév.) a été réalisée, à laquelle a été ajoutée une comparaison avec la période mars-juin 2020. Le rapport complet est disponible [ici](#).

Les principales conclusions montrent que la pandémie mondiale a conduit à la hausse massive de plusieurs indicateurs clé qui connaissent auparavant une tendance à la baisse.

Par exemple, la comparaison d’une année sur l’autre établie en Février montre que, si les audiences actives des applications mobiles dans le monde ont augmenté de plus de 30%, le nombre moyen d’ouvertures d’applications par utilisateur a diminué de 28,5%, avec 17,6 ouvertures d’applications par utilisateur et par mois dans le monde. De même, le taux moyen mondial d’ouverture directe des notifications (aussi appelé taux de clic sur notifications) est passé de 6,44 à 6,35% (-0,09%).

La tendance sur ces 2 indicateurs s’est en revanche inversée pendant la période de mars à juin 2020, avec une augmentation de 29%, soit une moyenne de 22,6 ouvertures d’applications par utilisateur et par mois et un taux de clic direct de 8,2%, à l’échelle mondiale.

Ces mesures d’engagement des applications mobiles varient par région dans le monde avec des marchés plus matures ou des marchés émergent rapidement avec une population uniquement mobile, ou encore par secteur d’activité, en particulier pour ceux qui ont été les plus touchés par la pandémie mondiale.

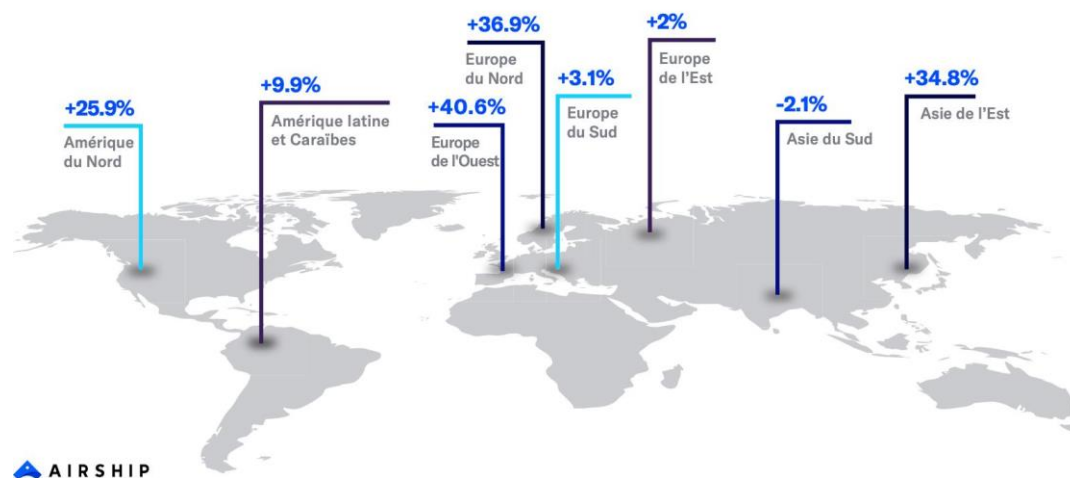
	PRÉ-PANDEMIC		APRÈS LE DÉBUT DE LA PANDEMIC	
	NOMBRE MOYEN D'OUVERTURES PAR UTILISATEUR EN FÉVRIER 2020	ÉVOLUTION ENTRE FÉVRIER 2019 ET FÉVRIER 2020	NOMBRE MOYEN D'OUVERTURES PAR UTILISATEUR DE MARS À JUIN 2020	ÉVOLUTION DE LA MOYENNE ENTRE FÉVRIER 2020 ET MARS À JUIN 2020
Europe de l'Est	15.5	-33.5% ▼	21.6	+39.4% ▲
Europe du Nord	25.6	-27.5% ▼	34.2	+33.6% ▲
Asie de l'Est	20.6	-48.9% ▼	27	+31.1% ▲
Europe de l'Ouest	21.2	-15.5% ▼	27.3	+28.5% ▲
Amérique du Nord	16.9	-27.8% ▼	21.7	+28.3% ▲
Amérique latine et Caraïbes	13.6	-38.5% ▼	16.5	+21.1% ▲
Asie du Sud	19	-15.4% ▼	22.8	+19.7% ▲
Europe du Sud	15.5	-22.1% ▼	22.4	+13.3% ▲

De février 2019 à février 2020, toutes les régions ont vu le nombre moyen d'ouverture d'applications par utilisateur et par mois diminuer. Mars-juin 2020 a inversé cette tendance, toutes les régions enregistrant une croissance.

Entre mars et juin 2020, les régions d'Europe de l'Ouest et d'Europe du Nord ont d'ailleurs connu à la fois de très forts rebonds du nombre d'ouvertures d'applications par individu et par mois, mais également les plus fortes hausses des taux d'ouverture directe des notifications (ou taux de clic), avec des croissances respectives de 40,6% et 36,9%.

TAUX MOYENS D'OUVERTURE DIRECTE PAR SOUS-RÉGION

CROISSANCE DEPUIS LE DÉBUT DE LA PANDEMIC



Si, de février 2019 à février 2020, les régions dans le Monde avaient eu des performances contrastées en termes de taux d'ouverture directe des notifications (aussi appelé taux de clic) elles ont quasi toutes connu une croissance de Mars-juin 2020, la progression mondiale de ce taux s'inscrivant à 29%.

Cette inversion des tendances avec la pandémie se manifeste particulièrement en France, où le nombre d'ouvertures d'application par utilisateur et par mois avait baissé annuellement de 22,2% en février 2020, avant de progresser de 22,4% de Mars à Juin 2020.

Mais plus encore, alors que le taux moyen d'ouverture directe des notifications avait en France chuté annuellement de 21,2% en février 2020, celui-ci a littéralement bondi de 62,5% de Mars à Juin 2020 - 3ème progression la plus forte en Europe derrière l'Autriche et la Belgique - pour s'établir à 7,3%. Cela suggère que les utilisateurs d'applications dans

des pays comme la France sont bien plus susceptibles d'ouvrir une application s'ils y sont encouragés par une notification push.

Autre résultat marquant: le nombre de personnes qui choisissent de partager leur localisation avec des applications est régulièrement en baisse depuis plusieurs années et la mise en place du RGPD. Avant la pandémie, le chiffre diminuait encore de 2,5% (pour un taux d'opt-in de géolocalisation de 7,7% avant la pandémie). Entre mars et juin 2020, l'opt-in de géolocalisation a par contre augmenté chaque mois, atteignant 10,7% - un taux de croissance de 39% et un taux absolu jamais vu depuis avant 2018.

Le commerce de détail continue d'avoir le taux opt-in de géolocalisation le plus élevé parmi les 12 secteurs d'activité inclus dans l'étude, soit 23, 1%. Trois secteurs d'activité ont vu leurs taux opt-in de géolocalisation plus que doubler entre Mars et Juin 2020, notamment les domaines médical/santé et fitness (+ 150%), finance et assurance (+ 128%) et voyages /transports (+ 116%).

Parmi les 41 pays inclus dans l'étude, l'Inde, la Roumanie, le Mexique, le Japon et le Brésil ont enregistré les croissances les plus importantes en matière de taux opt-in de géolocalisation en mars-juin 2020 - le Royaume-Uni était sixième, tandis que les États-Unis avaient le neuvième taux de croissance le plus élevé.

«La pandémie a apporté des changements sans précédent dans le monde entier et conforté la place du mobile au centre de nos vies, notamment pour l'accès immédiat à l'information, l'apport d'un certain confort dans la gestion du quotidien et de la période particulière liée à la covid-19», déclare Patrick Mareuil, DG Europe d'Airship.

"Avec l'augmentation de l'opt-in de localisation qui atteint son taux le plus élevé depuis des années, et le fait qu'Apple et Google examinent attentivement les applications et proposent aux consommateurs des moyens moins spécifiques et plus temporaires de partager ces données, il est clair que davantage de personnes ressentent l'intérêt de partager ces informations avec les applications et marques auxquelles elles font confiance".

Méthodologie

L'étude de référence d'Airship analyse les comportements agrégés d'une année à l'autre des utilisateurs mondiaux d'applications (février 2019 – 568 millions / février 2020 -744 millions), et les a comparés à la période mars à juin 2020.

A propos d'Airship

Fondée en 2009 en tant que précurseur dans le domaine de l'Engagement Client Mobile, Airship permet désormais aux marques de créer une Expérience Client mobile des plus réussies, en capitalisant sur des canaux d'engagement tels que les notifications push, SMS, e-mails, messages in-app, billets, cartes et coupons Mobile Wallet et plus encore, en tirant profit d'une orchestration basée sur l'intelligence artificielle et en s'appuyant sur des données utilisateurs pertinentes. Grâce à cela, les entreprises bénéficient ainsi de toutes les capacités et services nécessaires pour délivrer le bon message exactement à la bonne personne et au moment opportun, maximisant ainsi la confiance en la marque, l'engagement utilisateur et la valeur. Airship a racheté en 2019 Accengage, leader français et européen des technologies de CRM mobile et de notifications push, ainsi qu'Aptimize, solution leader d'A/B testing d'applications mobiles et sites web. Ensemble, ils constituent le plus grand acteur mondial du secteur de l'expérience et l'engagement client mobile. L'entreprise compte parmi ses clients, les plus grandes marques, telles que Carrefour, Vodafone, Lidl, Veepee, France Télévision, BBC, Air France-KLM ou encore Zalando, qui sont suivies au quotidien par une équipe de plus de 300 experts en digital, marketing et relation client et dans le plus grand respect des réglementations locales de protection des données utilisateurs.

<https://www.airship.com>

Contact presse

Pepper Menthe Communication / Samira Chakkaf Andalouci / samira@peppermint.com / 07 86 11 14 52