

# Le marché des applications mobiles

## Perspectives et axes de développement pour les développeurs français d'ici 2016

Le groupe Xerfi vient de publier une étude exclusive sur le marché des applications mobiles. Comme chaque titre de la collection Xerfi Research, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



*Téléchargez immédiatement  
cette étude sur Xerfi.com*

**Avec le code étude 5SAE30**

**Flavien Vottero**  
Directeur d'études  
**Xerfi France**

# Le marché des applications mobiles

Perspectives et axes de développement pour les développeurs français d'ici 2016

Edition Août 2015  
100 pages

## A la recherche d'un renouveau

Le succès des applications mobiles ne se dément pas. Rien que sur la plateforme *Apple App Store*, le cap des 100 milliards de téléchargements à travers le monde a été franchi en 2015. Sur le marché français, les mobinautes sont toutefois de plus en plus exigeants. Et les revenus des éditeurs tendent aujourd'hui à plafonner, comme le révèle notre analyse d'un panel représentatif de spécialistes tricolores. Une tendance liée aux stratégies « ROIstes » des annonceurs : ceux-ci concentrent en effet leurs dépenses publicitaires sur les titres générant le plus de trafic. Quant au modèle économique de l'*in app purchase*, c'est-à-dire de l'achat intégré depuis l'application, il ne permet qu'à un nombre limité d'acteurs d'atteindre la rentabilité. Dans ce contexte, **quelles sont les perspectives de croissance pour les développeurs français d'applications mobiles d'ici 2016 ? Quels sont les facteurs clés de succès sur le marché et les axes de développement à actionner ?**

## Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché des applications mobiles et de ses perspectives**  
Baromètre d'activité Xerfi des spécialistes français des applications mobiles à l'horizon 2016, revenus mondiaux des développeurs d'applications mobiles, etc.
- **L'étude détaillée de l'environnement**  
Nombre d'applications et fréquences d'utilisation, budget consacré à l'achat d'applications, part des applications gratuites téléchargées, dépenses des entreprises en marketing mobile en France, ventes de tablettes tactiles et *smartphones* en France et dans le monde, etc.
- **Le panorama des axes de développement et facteurs clés de succès**  
Améliorer le référencement des applications, miser sur l'ergonomie et la facilité d'usage, éclatement de l'offre d'applications pour mieux cibler les clients, se développer dans les applications professionnelles et publicitaires, etc.
- **Le panorama des forces en présence**  
Positionnement et stratégies des acteurs par profil et par segment, fiches d'identité de 8 acteurs clés et bilan économique et financier des 30 premiers éditeurs français d'applications mobiles.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives sur l'activité des éditeurs français d'applications mobiles à l'horizon 2016. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande, le contexte concurrentiel et les mutations de l'offre. Pour mesurer l'impact de ces différents éléments, Xerfi a construit un baromètre d'activité exclusif sur la base d'un échantillon représentatif de spécialistes français des applications mobiles.

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.*

#### 1. COMPRENDRE LE MARCHÉ

##### 1. APERÇU DU MARCHÉ

- Les 7 chiffres clés du marché des applications mobiles

##### 2. COMPRENDRE LE MARCHÉ

- Qu'est-ce qu'une application mobile ?
- Segmentation des applications mobiles
- Focus sur les applications professionnelles et publicitaires
- Chaîne de valeur du marché des applications mobiles
- Modes de rémunération des éditeurs d'applications mobiles

##### 3. PAYSAGE CONCURRENTIEL

- Écosystème du marché des applications mobiles
- Focus sur la distribution d'applications mobiles

##### 4. DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

- Les 10 principaux déterminants de l'activité des éditeurs français d'applications mobiles

#### 2. MARCHÉ ET TENDANCES

##### 1. ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

- Ventes de *smartphones* en France et dans le monde (2009-2014)
- Ventes de tablettes tactiles en France et dans le monde (2010-2014)
- Nouveaux usages du mobile et modes de connexion à Internet
- Possession et fréquence d'utilisation d'applications mobiles
- Marché de la publicité sur mobile (2010-2015p)

##### 2. MARCHÉ DES APPLICATIONS MOBILES

- Vue d'ensemble du marché mondial des applications mobiles (2010-2015)

- Baromètre d'activité des éditeurs français d'applications mobiles (2010-2016p)
- Facteurs clés de succès et axes de développement pour les éditeurs français d'applications mobiles

### 3. FORCES EN PRÉSENCE

#### 1. PAYSAGE CONCURRENTIEL

- Panorama des groupes et entreprises leaders
- Focus sur les spécialistes des applications professionnelles
- Classement des principaux éditeurs d'applications mobiles
- Classement des principales applications mobiles
- Focus sur les *start-up* françaises
- Positionnement des principaux acteurs

#### 2. FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

- Electronics Arts
- Gameloft
- Supercell
- Novedia Group
- Mobile Network Group
- Divalto
- Airweb
- King Digital Entertainment

#### 4. INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 150 opérateurs du secteur à travers :

- les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;
- les tableaux comparatifs des 33 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2013, selon la disponibilité des comptes. 88% des comptes non consolidés 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel sur le marché français. Outre un classement des éditeurs qui génèrent le plus de revenus en France, Xerfi a identifié 50 opérateurs présents sur le marché des applications mobiles. Vous trouverez leurs principales données financières et leur positionnement. À côté des développeurs indépendants, les agences de communication développent leur propre studio de création d'applications pour enrichir leur offre.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs français de l'édition d'applications mobiles. Parmi ceux-ci se trouvent l'amélioration du référencement, l'optimisation de l'expérience utilisateur et de la facilité d'utilisation, la convergence entre les plateformes d'application et les sites web, la valorisation des données des mobinautes, la diversification dans les applications professionnelles, etc.

## LES PRINCIPALES DONNEES STATISTIQUES ET MATRICES PRESENTES DANS L'ETUDE

- T1 Les éléments de différenciation entre les logiciels informatiques traditionnels et les applications mobiles
- T2 Les trois grands types d'applications mobiles développés par les professionnels du secteur
- T3 La segmentation de l'offre sur le marché des applications mobiles
- T4 Les trois grands débouchés des applications professionnelles
- T5 Les différents modes de rémunération des éditeurs d'applications mobiles
- T6 L'écosystème du marché des applications mobiles
- T7 Les parts de marché des différents systèmes d'exploitation mobile en France et dans le monde en 2015
- T8 Les 10 principaux déterminants de l'activité des éditeurs d'applications mobiles en 2015
- T9 Les principaux facteurs clés de succès pour les éditeurs d'applications mobiles en 2015
- T10 Les ventes de smartphones et de tablettes en France et dans le monde (2009-2014)
- T11 Le nombre d'applications utilisées et le temps passé en moyenne par tranche d'âge
- T12 Le budget consacré par mois à l'achat d'applications sur Google Play
- T13 Les dépenses maximales réalisées pour acheter une application sur Google Play
- T14 Les dépenses des entreprises en marketing mobile en France (2010-2015p)
- T15 Le chiffre d'affaires généré par la vente d'applications mobiles sur l'Apple App Store (2010-2015)
- T16 Le chiffre d'affaires d'un échantillon constant d'éditeurs d'applications mobiles en France (2010-2016p)
- T17 La typologie des opérateurs français présents sur le marché des applications mobiles en 2015
- T18 Des exemples d'acteurs qui opèrent dans les applications professionnelles en 2015
- T19 Le classement des 10 éditeurs d'applications mobiles générant le plus de chiffre d'affaires sur Apple App Store et Google Play au niveau mondial et en France en 2015
- T20 Le classement des 10 applications mobiles les plus téléchargées sur Apple App Store et Google Play au niveau mondial en 2015
- T21 Les start-up françaises intervenant sur le marché des applications mobiles en 2015
- T22 Le positionnement des spécialistes des applications mobiles en 2015

## LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE (\*)

- |                   |                   |               |
|-------------------|-------------------|---------------|
| • ADOBE           | • GREE            | • OMGPOP      |
| • AMAZON          | • GUNGHU ONLINE   | • ORANGE      |
| • APPLE           | • IMANGI STUDIOS  | • PURE AGENCY |
| • APPRES VOUS     | • ITS ON MOBILE   | • QUANTICAPPS |
| • APPS NETWORK    | • KABAM           | • ROVIO       |
| • APPYZZ          | • KAKAO           | • SAMSUNG     |
| • ARTCODE         | • KORRISOFT       | • SFR -       |
| • BLACKBERRY      | • L'ATELIER DU    | NUMERICABLE   |
| • BOUYGUES        | MOBILE            | • SQUARE ENIX |
| • BULKYPIX        | • LES EDITIONS    | • SUNDAYTOZ   |
| • BYOOK           | DIGITALES         | • SUPERCCELL  |
| • COLOPL          | • MICROSOFT       | • SURIKATE    |
| • COM2US          | • MOBIDIOM        | • TWITTER     |
| • DAXIUM          | • MOBILIS DIGITAL | • WHATSAPP    |
| • DENA            | • MOBIZEL         | • ZYNGA       |
| • ELECTRONIC ARTS | • MYELEFANT       |               |
| • ETAMIN STUDIO   | • NARTEX          |               |
| • FACEBOOK        | • NEXTFLOOR       |               |
| • GAMEVIL         | • NHN             |               |
| • GOOGLE          | • NOKIA           |               |

(\*) Liste non exhaustive

## PRINCIPALES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE (\*)

- |                   |                   |                  |
|-------------------|-------------------|------------------|
| • ADENEO          | • HEGYD           | • PHOCEIS        |
| • EMBEDDED        | • IPUP            | • SJ COM         |
| • AIRWEB          | • KEYUP           | • SOFT MOBILES   |
| • APPLIDIUM       | • KINETICAL       | • STARDUST       |
| • CHOCOLAPPS      | • KREACTIVE       | • SWING MOBILITY |
| • CONVERTIGO      | • LESMOBILIZERS   | • TE LAVAL       |
| • CRONOS          | • MOBICREA        | • VIENS-LA       |
| TECHNOLOGIES      | • MOBIL IT STUDIO | • VISUAMOBILE    |
| • DPC INTERACTIVE | • NETCO SPORTS    |                  |
| • FORECOMM        | • NJIN            |                  |
| • GAMELOFT        | • NOMAD PLANET    |                  |
| • GLU MOBILE      | • NOVEDIA GROUP   |                  |
| • GOOD            | • NUBYTOUCH       |                  |
| TECHNOLOGY        | • OCTIPLEX        |                  |

(\*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **5SAE30** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

#### Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché de la réalité augmentée et virtuelle**  
Code : 5SAE30 – Publication : juillet 2015
- **Les stratégies dans les services informatiques**  
Code : 4SAE24 – Publication : septembre 2014

Retrouvez sur le site **xerfi.com** le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON** DE  
**COMMANDE**

A retourner à :  
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
Téléphone : 01 53 21 81 51  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 5SAE31 / MSPE

#### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_  
Adresse email : \_\_\_\_\_  
Téléphone : \_\_\_\_\_  
TVA Intra : \_\_\_\_\_  
N° SIRET : \_\_\_\_\_

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 31/03/2016 (TVA 20,0%).

## Le marché des applications mobiles

### Perspectives et axes de développement pour les développeurs français d'ici 2016

#### MODE DE RECEPTION DE L'ETUDE COMMANDEE

| Version papier<br>(classeur) | Version électronique<br>(fichier pdf) | Version électronique<br>+ version papier |
|------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>1 200,00 € HT</b>         | <b>1 200,00 € HT</b>                  | <b>1 600,00 € HT</b>                     |
| 1 266,00 € TTC               | 1 440,00 € TTC                        | 1 920,00 € TTC                           |



#### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- ☐ dès réception de l'étude et de la facture
- ☐ par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- ☐ par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607