

*App. Distribution Becomes A Global Game -The Shift Of Power And Impact for Developers*

(source: Distimo, 2011)

Cette publication est dédiée à identifier les tendances du marché pouvant être utile aux développeurs désirant ouvrir leur marché sur l'Asie. Cette étude s'est basée sur les applications iPhone disponibles en mai 2011.

Les pays suivants ont été étudiés :

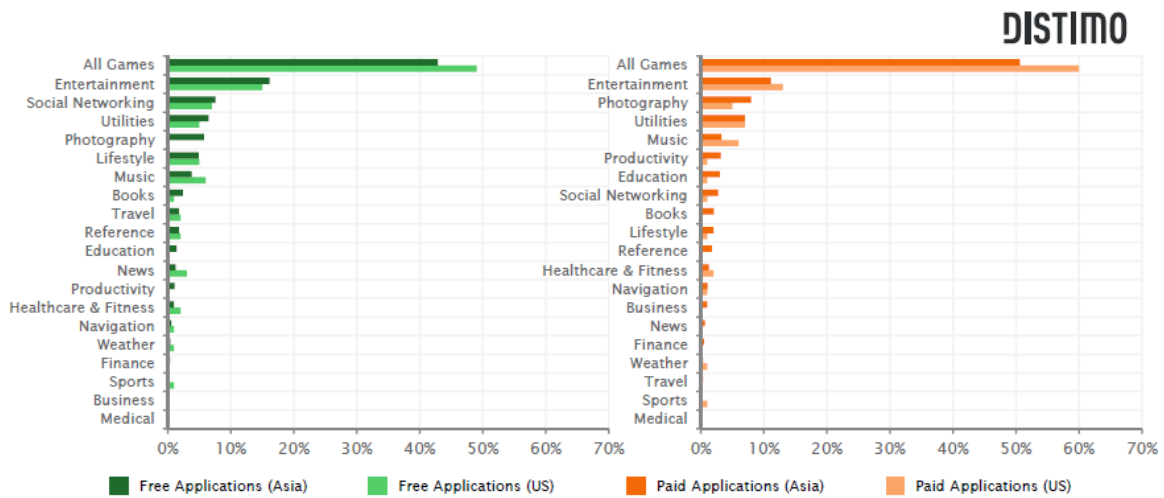
- Chine
- Inde
- Indonésie
- Japon
- Malaisie
- Pakistan
- Philippines
- Singapour
- Corée du Sud
- Sri Lanka
- Taiwan
- Thaïlande
- Vietnam

L'étude a menée aux observations suivantes:

- Le volume de téléchargement d'applications a augmenté de manière significative au cours de la dernière année en Asie.
- Le volume de téléchargement en Corée du Sud est très élevé malgré la petite taille de sa population.
- Il n'y a pas de catégorie « jeu » pour iPhone au magasin Apple de Corée du Sud alors que dans les autres pays étudiés, cette catégorie d'applications est la plus importante.
  - Ainsi la Corée du Sud est un lieu de prédilection pour les développeurs et les éditeurs d'autres domaines que les jeux.
- Le volume de téléchargement d'applications payantes reste faible en comparaison avec les États-Unis et l'Europe
  - Les développeurs doivent ainsi penser à une méthode de monétisation alternative, la publicité en est un exemple.
- Une comparaison entre les catégories d'applications iPhone entre l'Asie et les États-Unis montre qu'il n'y a pas de différence significative entre les préférences de contenu d'application.

- La majorité des applications iPhone populaires en Asie le sont en Asie uniquement.

### Les catégories d'application les plus populaires en Asie :



No significant difference between the United States and Asia can be observed when looking at the category breakdown of the 300 most popular applications. Moreover, the differences within the Asian region are small, i.e., no specific country seems to prefer other types of applications.