



Pour diffusion immédiate

## **Les smartphones et les applis transforment de plus en plus les comportements des consommateurs connectés selon les résultats de l'étude annuelle d'Impact Digital de l'Institut Apigee**

*Le rapport 2015 de l'étude Impact Digital identifie les secteurs de la santé, du commerce et de la banque comme les plus influencés aujourd'hui par la transformation numérique. Il permet d'analyser comment les entreprises peuvent explorer les nouvelles frontières du numérique*

**SAN JOSE, Californie**, le 16 décembre 2015 - Apigee® (NASDAQ: APIC), développeur d'une plateforme intelligente API qui facilite la transformation numérique des entreprises annonce aujourd'hui les résultats de l'enquête annuelle *Digital Impact 2015* réalisée par l'Institut Apigee. Cette étude identifie la gestion de la santé et du bien-être comme les secteurs phares dans lesquels l'utilisation des smartphones et des applications sont en train de changer le comportement de la majorité des consommateurs connectés. Selon l'étude, 60 pour cent des propriétaires de smartphones adultes aux États-Unis - et près des trois quarts de la génération des milléniaux (71 %) - indiquent que les smartphones et les applications ont changé leur façon de gérer leur santé et leur bien-être. D'autres constatations montrent que près de la moitié (49 %) veulent que leurs médecins puissent utiliser les données de leur traqueur de remise en forme et / ou des diverses applications de santé qu'ils utilisent.

Les résultats de l'étude Impact Digital 2015 de l'Institut Apigee révèlent également une augmentation continue de l'influence que les smartphones et les applications ont sur le secteur bancaire et le commerce de détail, où ces nouvelles technologies numériques ont respectivement transformé *l'expérience du consommateur* de 126 et 139 millions de propriétaires américains de smartphones. Le rapport indique que dans les prochains 24 mois, les smartphones et les applications peuvent influencer sur les secteurs de la santé et de la gestion de bien-être de la même façon qu'ils ont impacté des domaines numériquement plus matures telle que l'industrie bancaires et le commerce de détail.

« L'enquête annuelle de l'Impact Digital est conçue pour aider les chefs d'entreprise à garder leur doigt sur le pouls de l'évolution rapide du comportement et des attentes des consommateurs dans des marchés clés », commente Chet Kapoor, CEO Apigee. « L'enquête de cette année suggère que les smartphones et les applications commencent à avoir une influence radicale sur la façon dont nous gérons notre santé que ce soit avec le port de dispositifs portables ou l'utilisation d'applications. En suivant de près l'évolution des habitudes de consommation des nouvelles technologies dans les secteurs et industries clés nous espérons permettre aux décideurs à mieux capitaliser sur les tendances.»

### **Le Numérique fait de plus en plus partie du quotidien**

D'après l'étude, les propriétaires de smartphones et les utilisateurs d'applications reconnaissent un impact accru des technologies numériques sur leur vie quotidienne en 2015.

- Aux Etats Unis, les appareils connectés ont gagné plus de 24 millions d'amateurs supplémentaires en 2015 par rapport à 2014. Une majorité de propriétaires de smartphones (54 %) indique être « très favorable » à l'émergence des objets connectés et près des deux tiers (63 %) réagissent favorablement à la notion d'appareils intelligents connectés pour la maison.
- Près des deux tiers (64 %) pensent que les smartphones et les applications leur donnent plus de contrôle sur leur vie, et plus de huit personnes sur dix (83 %) croient que leurs appareils les rendent plus productives.
- Les trois quarts des personnes interrogées (76 %) sont plus favorables à l'utilisation d'applications dites prédictives (qui apprennent grâce à leur utilisation) par rapport à des applications standards. Ce chiffre passe à 85 pour cent parmi les Millénaires (adultes entre 18 et 34 ans) et 90 pour cent chez les 18-24 ans.

### **La promesse digitale sur les secteurs de la santé et du bien-être en plein essor**

Depuis la première enquête sur l'impact numérique d'Apigee conduite en 2013, plus de 42 millions d'Américains supplémentaires indiquent aujourd'hui que les smartphones et les applications ont changé leur façon de gérer leur santé et leur bien-être, ce qui représente une augmentation du taux d'adoption de 70 pour cent.

En 2017, il est projeté que l'impact du numérique sur les secteurs de la santé et du bien-être pourrait être la prochaine « frontière numérique ». En effet, l'enquête a révélé que :

- Plus de 62 millions d'Américains soit 37 pour cent des propriétaires adultes de smartphones rapportent qu'ils sont en meilleure santé grâce à leur smartphone et à leurs applications.
  - o Cette perception de l'amélioration de la santé augmente à 66 % pour les personnes qui utilisent des appareils de fitness ou de remise en forme et des applications pour le suivi de leur santé et de leur condition physique, et 78 pour cent chez ceux qui utilisent à la fois un dispositif de remise en forme ainsi que des applications via leur smartphone pour gérer leur santé et leur bien-être.
  - o Parmi ceux utilisant à la fois un dispositif de remise en forme et des applications pour gérer leur santé et leur bien-être, près de neuf sur 10 (86 %) estiment que leurs dispositifs leur donnent plus de contrôle sur leur vie.
- La moitié de tous les propriétaires de smartphones (49 %) indiquent qu'ils veulent que leur médecin puisse utiliser leurs données, et 80 % des répondants s'attendent à ce que les médecins offrent des fonctionnalités clés grâce à des applications d'ici un an ou deux.
  - o La génération des millénials indique clairement une évolution dans la façon dont les plus jeunes perçoivent les soins de santé. Près d'un jeune sur trois indique qu'il préférerait avoir un médecin qui utilise des données tirées d'une application et d'un appareil qui suit la forme physique dans le cadre normal de sa pratique médicale.

### **La croissance du commerce en ligne continue en 2015**

Les technologies numériques ont continué à changer l'expérience de vente au détail pour les consommateurs en 2015. Le rapport de cette année suggère que les commerces doivent continuer à offrir des expériences numériques connectées pour rester compétitifs.

- Huit sur 10 (81 %) propriétaires de Smartphones indiquent que leur expérience d'achat a été modifiée par leurs dispositifs, avec près d'un sur quatre (23 %) indiquant un comportement complètement modifié.

- Pour la génération millénaire, les smartphones et les applications ont changé l'expérience de shopping de 86 pour cent, avec un sur trois (31 %) déclarant avoir complètement changé.
- Plus de deux sur cinq (44 %) des répondants prévoient de dépenser plus en ligne dans l'année à venir.
- Quand interrogés sur leur intention d'achats en boutiques ou en magasins, 20 pour cent prévoient une diminution de leurs dépenses dans l'année à venir.
- L'utilisation d'applications pour faire ses achats est en claire augmentation, avec 43 pour cent de téléchargements faits à partir d'une application dans la dernière année.

### **La consommation numérique peut déplacer le centre de gravité du secteur bancaire**

Les conclusions de l'enquête de l'Impact Digital 2015 de l'Institut Apigee révèle que les smartphones et les applications continuent à influencer la façon dont les consommateurs consomment aujourd'hui les services bancaires et gèrent leurs vies financières. En 2015, l'adoption des technologies numériques a pris une ampleur significative dans le secteur bancaire, avec près des trois quarts (73 %) des propriétaires de smartphone ayant déclaré un changement dans la façon dont ils communiquent avec leur banque. Cette hausse des expériences numériques et de la pertinence décroissante des services bancaires classiques peuvent indiquer un plus grand changement dans les services financiers. Les résultats de l'enquête montrent que :

- Plus de la moitié de tous les utilisateurs américains de smartphones (58 %) déclarent qu'ils préfèrent communiquer avec leur banque en utilisant leur smartphone et des applications. Parmi la génération millénaire, près des trois quarts (71 %) préfèrent des options numériques.
- Environ un répondant sur quatre déclare utiliser un smartphone pour payer en magasin, faire ou de recevoir un paiement direct par l'intermédiaire d'une application, ou d'un site web de gestion financière non bancaire.
- Entre 2014 et 2015, l'utilisation quotidienne d'une application bancaire est passée de 14 pour cent à 20 pour cent, tandis que l'utilisation d'une agence (non ATM) a chuté de quatre points (41 pour cent). Cela représente 52 pour cent de croissance dans l'utilisation quotidienne de l'application bancaire, d'année en année. Parmi les 18-29 ans plus d'un sur quatre (27 %) utilise maintenant une application bancaire quotidiennement.

### **Méthodologie**

L'Enquête *Digital Impact 2015* de l'Institut Apigee a interrogé aux Etats Unis 1 000 propriétaires de smartphones de 18 ans ou plus. Les participants à cette étude ont été pondérés pour correspondre à l'enquête omnibus qui avait été effectuée en Novembre 2014 par le *Pew Research Center*. Les personnes interrogées correspondent démographiquement à l'échantillon de Pew en termes de répartition par groupe d'âge, de revenu, d'éducation et de représentation régionale. Cette enquête a été réalisée en ligne avec des participants émanant d'un échantillon qualifié dans les pannels d'étude de consommateurs reconnus pour leur processus de sélection rigoureux. Le rapport d'étude complet 2015 de l'Institut Apigee est accessible au lien suivant :

<http://apigee.com/about/resources/ebooks/digital-impact-survey-2015-digital-destiny>

## **Au sujet de l'Institut Apigee**

L'Institut Apigee est l'extension stratégique d'étude et de recherche d'Apigee, un leader du secteur des API et développeur d'une plateforme intelligente de gestion des API. L'Institut Apigee aide les entreprises à réussir dans le nouveau monde numérique. L'Institut Apigee réunit des dirigeants de 2 000 sociétés à travers le monde, des chercheurs, des universitaires et des experts du domaine. Tous collaborent à l'élaboration du programme de recherche et participent à au regroupement d'un ensemble de données empiriques utilisées en ressources partagées. L'enquête annuelle *Digital Impact* étudie la façon dont les smartphones et les applications mobiles sont en train de modifier le comportement des consommateurs, comment ces changements évoluent dans le temps, et de l'impact qu'ils ont sur certains secteurs clés et sur les entreprises.

## **Au sujet de Apigee**

Apigee (NASDAQ : APIC) est le développeur d'une plateforme API intelligente qui favorise l'accélération digitale des entreprises. Un grand nombre des sociétés les plus influentes au monde utilisent Apigee pour activer leur développement numérique. Elles comprennent 20 des Fortunes 100, 5 des 10 entreprises les plus connues du top global 2 000 des sociétés retail et 6 du top 10 des sociétés de télécommunication les plus influentes au monde. La liste des clients Apigee comprend des entreprises internationales telles que Walgreens, eBay, Burberry, Shell, Live Nation, et First Data. Le siège de Apigee est basé à San José en Californie et l'entreprise compte parmi ses effectifs 400 employés répartis à travers le monde.

### **Connectez-vous avec Apigee**

Site internet: [www.apigee.com](http://www.apigee.com)

Apigee blog: <https://blog.apigee.com/front>

Twitter: [@apigeeFR](https://twitter.com/apigeeFR)

### **Contact médias :**

**Florence Giuly-Davis**

**PR Paradigm pour Apigee**

**06 16 61 77 57**

**[florence@prparadigm.com](mailto:florence@prparadigm.com)**

Note : Apigee est une marque déposée aux Etats-Unis. Les autres noms de produits ou de sociétés mentionnées dans ce communiqué de presse peuvent être des marques déposées ou des appellations commerciales de leurs sociétés respectives.

### **Déclarations libératoires**

Ce communiqué de presse contient des énoncés prospectifs, y compris des déclarations concernant la taille du marché, le marché étendant la portée de Apigee, l'adoption de la clientèle planifiée et mise en œuvre des produits de Apigee, et les possibilités futures de clients potentiels. Ces énoncés prospectifs sont fondés sur des projections actuelles et sont sujettes à des incertitudes inhérentes, des risques et des changements de circonstances qui sont difficiles ou impossibles à prévoir. Par conséquent, ces énoncés prospectifs doivent être appréciés tels quels. Les résultats réels peuvent différer matériellement de ceux envisagés par ces énoncés prospectifs en raison de ces incertitudes, risques et changements de circonstances, y compris, sans risques de limitation et des incertitudes liées à l'adoption des technologies numériques sur le marché, la capacité du logiciel de Apigee pour répondre aux besoins de ses clients, la qualité des logiciels, le soutien et les services de Apigee et la capacité de l'infrastructure liée et toute mise en œuvre incorrecte ou l'utilisation de logiciels Apigee. La liste des facteurs précités n'est pas exhaustive. D'autres risques et incertitudes pourraient affecter les résultats financiers et d'exploitation de Apigee sont inclus sous les rubriques «Facteurs de risque» et «Discussion et analyse de la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation» et ailleurs dans les plus récents documents déposés par Apigee auprès de la SEC sur formulaire S-1. Les documents déposés auprès de la SEC sont disponibles dans la section Relations Investisseurs du site Internet de la Société à <http://investors.apigee.com> et sur le site Web de la SEC à l'adresse [www.sec.gov](http://www.sec.gov). Apigee décline toute obligation d'actualiser les déclarations prospectives fournies pour refléter tout changement dans ses attentes ou tout changement dans les événements, conditions ou circonstances sur lesquels se fonde une telle déclaration.