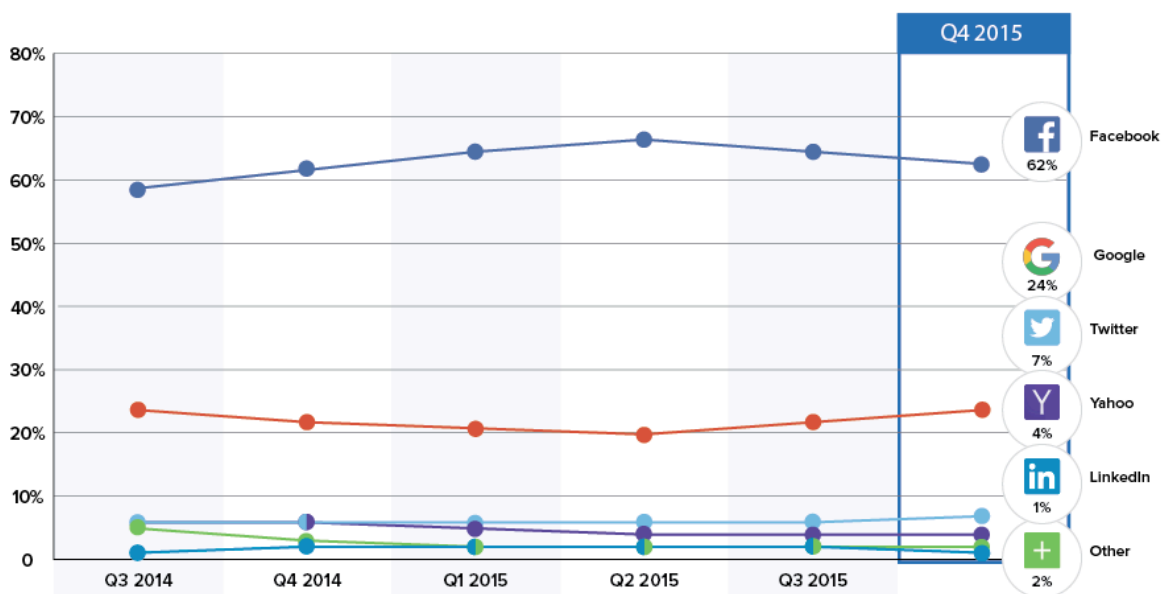


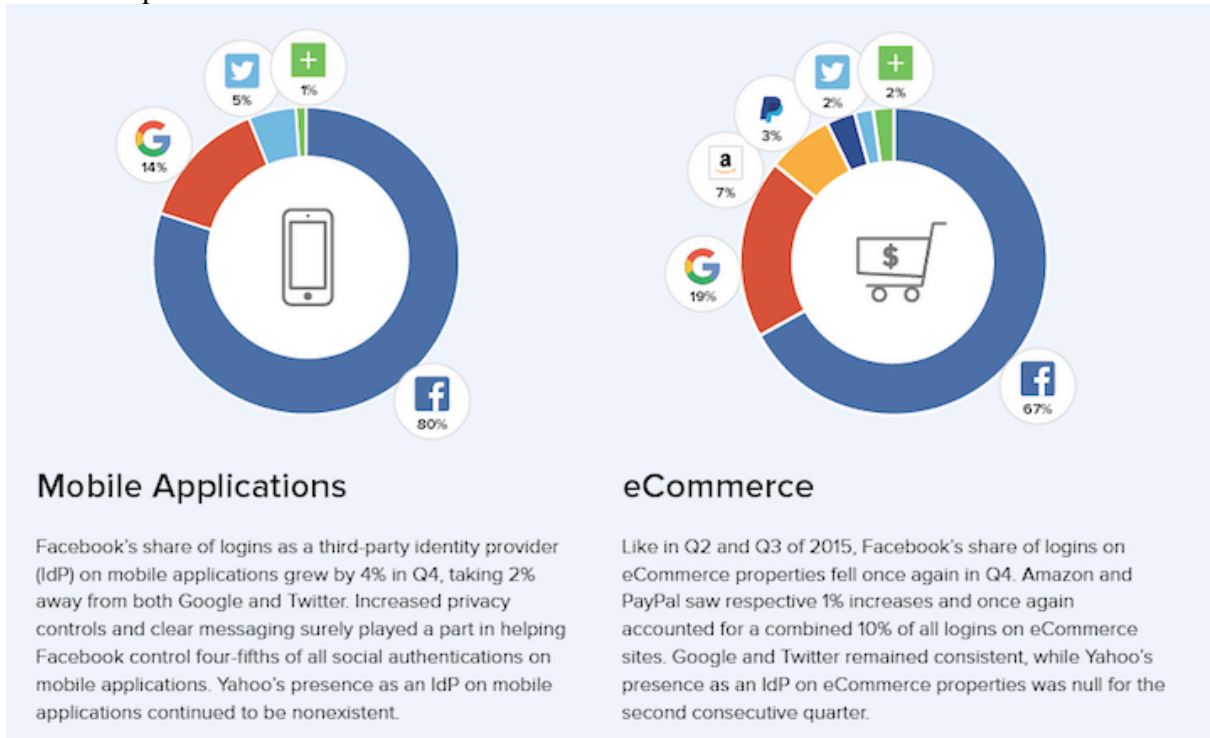
Facebook poursuit sa domination de la connexion sociale à travers le monde au 4^{ème} trimestre 2015.

Paris, le 1^{er} février 2016, Paris – La plate-forme de gestion de l'identité des clients Gigya publie ses mesures du social login pour le 4^{ème} trimestre 2015 et confirme la domination de Facebook en tant que fournisseur de services d'identité (IdP) en dépit de la baisse de sa domination pour le 2^{ème} trimestre consécutif. Le leader mondial des réseaux sociaux contrôle maintenant 62% de toutes les connexions sociales (social login) à travers le monde, contre 64% au 3^{ème} trimestre 2015 et 62% au 2^{ème} trimestre 2015.



Toutefois, la part d'utilisation de Facebook depuis les application mobiles s'améliore considérablement avec 80% de toutes les connexions sociales en Europe (76% au 3^{ème} trimestre), devançant Google et Twitter qui perdent un peu de terrain.

L'acquisition de l'application de messagerie mobile WhatsApp par Facebook s'est révélé être une décision payante, lui permettant l'accès aux données de plus d'un milliard d'utilisateurs. En effet, une étude du Pew Research Center a révélé que 49% des propriétaires de smartphones âgés entre 18 et 29 ans utilisaient cette application de messagerie l'an dernier.



“Les principaux résultats au 4ème trimestre 2015 soulignent à quel point le paysage de l'authentification de la connexion sociale numérique reside dans des solutions rapides et efficaces qui répondent aux attentes des utilisateurs toujours plus connectés. Dans l'ensemble, ces résultats indiquent que les consommateurs font davantage confiance à Facebook, qui est axé sur l'amélioration à la fois sur la façon dont les utilisateurs interagissent les uns avec les autres, mais aussi avec leurs marques préférées”, déclare Andrea Rus, Directeur commercial de Gigya en France et en Europe du Sud.

A propos de Gigya

Par sa plate-forme Cloud de gestion de l'identité des clients, Gigya aide les entreprises à nouer de meilleures relations avec leurs clients en transformant les visiteurs inconnus en clients connus, engagés et fidèles. Grâce à la technologie de Gigya, les entreprises augmentent leur nombre d'inscriptions, elles identifient leurs clients quel que soit le terminal qu'ils utilisent, elles regroupent les données d'identité pour en faire des profils riches en information, et elles proposent de meilleurs produits, services et expériences en intégrant des données pertinentes à leurs campagnes de marketing et à leurs applications de service client.

Dès l'origine, Gigya a conçu sa plate-forme pour qu'elle tienne compte des considérations relatives aux identités sociales, aux terminaux mobiles, à la confidentialité des consommateurs et aux attentes du marketing moderne. Gigya propose aux développeurs des API pour intégrer facilement les apps de tiers et inclure des fonctions fiables et évolutives de gestion des inscriptions et des profils, d'authentification et d'analyse de données.

Plus de 700 grands groupes mondiaux, dont Fox, Forbes et Verizon, ont recours à Gigya pour nouer des relations individualisées avec leurs clients et bénéficier des avantages d'une gestion de l'identité client sûre et évolutive. Gigya est une société privée basée à Mountain View (Californie). Elle a levé plus de 100 millions de dollars auprès de grands fonds de capital-



Communiqué de Presse

risque, dont Benchmark Capital, DAG Ventures, First Round Capital, Greenspring Associates, Intel Capital et Mayfield.

Contacts Presse :

Agence Eliotrope ; 01 53 17 16 40 -

Gilles Lyonnet / Alice Schwab

lyonnet@eliotrope.fr / alice@eliotrope.fr