

25 milliards ... L'App Economy

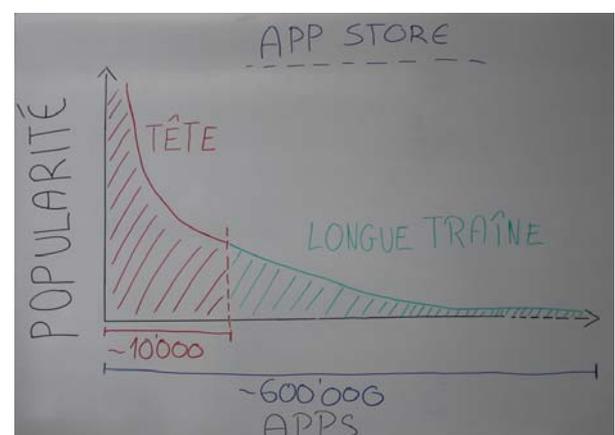
Perruchoud Antoine, prof. HES-SO Valais, Responsable Institut Entrepreneuriat & Management

Le samedi 3 mars, le plus grand magasin du monde au niveau virtuel, l'Apple store, a dépassé le cap des 25 milliards de téléchargements d'applications. Android quant à lui comptabilise environ 12 milliards de téléchargements. En additionnant l'ensemble des téléchargements on est très proche des 40 milliards. Ces applications qui nous accompagnent tout au long de la journée ont deux impacts économiques :

- Tout d'abord, si on multiplie chaque application par CHF 2.-- (moyenne entre les applications gratuites et payantes) cela représente CHF 80 milliards. Ce chiffre est particulièrement phénoménal puisqu'il y a 4 ans cette « App Economy » n'existait pas. En effet, l'iPhone est arrivé sur le marché en 2007.
- Le deuxième impact économique concerne le nombre d'emplois créés. Aux Etats-Unis, [une étude publiée en février 2012](#) a essayé d'évaluer le nombre postes directs et indirects générés par cette nouvelle économie. Elles ont estimé que sur ce secteur environ 450'000 places de travail ont été créées. On entend par emplois directs, les éditeurs ainsi que les développeurs d'applications et par emplois indirects les entreprises qui ont besoin de ces applications pour gérer des services.

On parle dès lors d'une nouvelle économie (« **L'App Economy** ») puisqu'elle est en train de changer les règles du jeu dans la manière de distribuer et de créer de la valeur. Pour expliquer ces changements, on peut prendre comme exemple une application très populaire en Suisse : « Mobile CFF ». Au départ cette application permet juste de consulter les horaires sur son Smartphone. Peu à peu elle s'est développée pour devenir une billetterie qui a influencé les CFF dans leur manière de distribuer et de contrôler les billets. Ces applications peuvent également changer nos comportements puisqu'elles vont devenir ces prochaines années de plus en plus intelligentes. Elles vont analyser nos habitudes pour nous aider à devenir « plus efficace ».

Pour expliquer cette croissance exponentielle¹ il faut parler du phénomène **longue traîne (Long Tail)** :



¹ En une année le nombre de téléchargement a été multiplié par quatre

applications vendues dans leur catalogue, il y en a très peu qui sont populaires (10'000 – 20'000) mais l'Apple Store fait beaucoup d'argent sur des ventes dites faibles « sell more of less ». L'effet de longue traîne est particulièrement intéressant sur ce type de magasin puisque les coûts de transaction, de distribution, de stockage et de gestion sont très bas et indépendants du volume vendu. Pour que cette théorie fonctionne dans le monde « physique » (par exemple une boulangerie ou un magasin Migros), il faudrait pouvoir produire quasiment à la demande et avoir des rayons extensibles à l'infini. Même si un produit est demandé par seulement deux personnes, il faudrait pouvoir le mettre et le conserver dans les rayons.

Dans ce contexte, les magasins virtuels de type Amazon, Apple Store ou Android market ont un avantage énorme du fait de la digitalisation et de l'automatisation des processus de stockage, de distribution et de vente.

Ancré dans la HES-SO Valais, l'Institut Entrepreneurship & Management (IEM) est un institut de recherche reconnu pour ses compétences dans le développement d'outils de management novateurs. L'institut agit comme un catalyseur régional pour renforcer la capacité d'innovation, stimuler l'entrepreneuriat et améliorer la compétitivité du tissu économique et institutionnel.

Vous avez la possibilité de poursuivre cette discussion sur notre blog à l'adresse suivante :

www.hevs.ch/iem