



La publicité se branche sur les téléphones portables

A PRÈS AVOIR ENVAHI INTERNET via des bannières et des *pop up* en tout genre, la publicité – ou « m-pub » – va-t-elle submerger l'écran de nos téléphones portables? La récente acquisition par Microsoft du français ScreenTonic, régie spécialisée dans la publicité sur téléphones mobiles, peut le laisser penser. En témoigne aussi le montant de la transaction : entre 20 et



Publicité Reebok sur mobile. C'est le marché de demain.

30 millions d'euros, selon les sources – soit de quatre à près de sept fois le chiffre d'affaires 2006 de ScreenTonic (4,5 millions d'euros)! Aujourd'hui, le marché mondial de la m-pub est évalué à 1 milliard d'euros. Au Japon, selon Takeya Takafuji, président du conseil d'administration de l'association pour la promotion du marketing mobile du pays, il pèse déjà 600 millions d'euros. En France, le marché est plus modeste. Les deux leaders, ScreenTonic et Phonevalley, qui repré-

sentent 90% du chiffre d'affaires, pèsent moins de 12 millions d'euros à eux deux. Mais ils sont plus créatifs en termes de technologie. « *Les gens ne seront pas envahis de SMS ou de MMS*, explique Alexandre Mars, PDG de Phonevalley. *Ce modèle, dit "push", est en perte de vitesse, car il faut l'autorisation préalable de l'utilisateur. A contrario, le modèle "pull" a de l'avenir : des bandeaux "cliquables" présents sur les sites Internet mobile.* » Un marché prometteur : aujourd'hui, sur 52 millions de possesseurs de portables en France, 5 millions peuvent accéder à ce type de messages – et 40 millions en 2008.

Autre exemple de la créativité française : *imagiin.com*, qui propose de télécharger de la pub via Bluetooth ou le wi-fi, moyennant une rémunération de 40 centimes d'euro par téléchargement! Cette indemnité est toutefois plafonnée à 30 euros par mois. Soit l'équivalent du prix moyen d'un abonnement mensuel à la téléphonie mobile. De quoi permettre à des millions d'ados de téléphoner « gratuitement »... Avant même son lancement, *imagiin.com* a enregistré 19 000 inscriptions, grâce au buzz... et sans aucune publicité. **L. C.**