

# Pub mobile : 2,8 milliards de dollars de CA en 2008 ?

**Gartner** conserve un optimisme à toute épreuve en ce qui concerne les futurs revenus générés par la publicité sur mobile. Pour l'institut, ce nouveau type de marketing devrait produire un chiffre d'affaires de **2,8 milliards de dollars**

**en 2008**, contre 1,7 milliard en 2007.

Ce secteur appelé depuis des mois à devenir une corne d'abondance, reste pour le moment peu attractif pour les annonceurs. Néanmoins, le Gartner insiste sur sa capacité à générer de l'innovation. « *Des innovations telles que la réduction du nombre de frappes pour accéder à l'information, utiliser la caméra pour optimiser l'expérience utilisateur ou encore lier un contenu ou un lieu à une publicité devrait tirer le marché en avant* », commente Tole Hart, responsable de la recherche au Gartner.

En effet, depuis des mois, des recherches sont menées en ce sens par différents acteurs. Le [flash code](#) et le [NFC](#) (Near Field Communication) développés notamment par **Google** et **Alcatel-Lucent** visent à rendre les mobiles davantage perméables à la publicité. Mais ils ne sont pas les seuls.

D'après Tole Hart. « *De nombreuses entreprises travaillent pour intégrer les contenus mobiles aux publicités* ».

Néanmoins, l'avenir comporte toujours quelques obstacles de taille. Le premier d'entre eux est d'abord technique. La diversité des plates-formes et l'immaturation des standards constituent encore des ralentisseurs puissants. Il y a également le problème de la mesure d'audience et de performance. Toutefois, le frein le plus solide reste l'acceptation des utilisateurs. Sans cet accord, difficile d'assurer un marketing efficace, proche des attentes des utilisateurs. Mais de nombreux spécialistes développent des outils opt-in (ou marketing de la permission).

Mais pour le Gartner, l'optimisme reste de mise. « *Beaucoup de ces questions seront résolues dans deux ans* » assure Tole Hart.