

Pub sur mobile : Imagiin mise sur le marketing de la permission

Promise à un bel avenir, la publicité sur le mobile est sur toutes les bouches. L'essor des combinés multimédias, des réseaux haut débit sans fil, des plates-formes de contenus donnent beaucoup d'idées aux annonceurs.

Pour autant, si le mobile est un support très personnel idéal pour des campagnes de pub ciblées, les annonceurs ont encore beaucoup de mal à qualifier la cible (profiling), à savoir si les campagnes sont effectivement visionnées, à mesurer son efficacité... Car tous le monde est d'accord sur ce point : il est inutile de balancer en masse des messages, surtout s'ils ne sont pas sollicités.

Des solutions commencent néanmoins à apparaître. Nous avons évoqué [ici](#) la proposition de Key2Cell qui permet de personnaliser les campagnes grâce à une technologie de profiling maison. Une autre start-up française, Imagiin, propose de son côté de qualifier très précisément une cible à travers le marketing de la permission. Olivier Carron de la Carrière, son co-fondateur, nous explique le concept.

Quelle réflexion vous a amené à développer Imagiin ?

Le marché de la publicité sur mobile est confronté à diverses difficultés comme les problèmes de ciblage et d'adressage. Dans le même temps, le mobinaute n'est pas contre la pub mais il ne se retrouve pas dans les campagnes initiées par les annonceurs. Tout cela réduit considérablement l'efficacité de ces publicités.

Quelle est la proposition d'Imagiin ?

Nous nous basons sur le marketing de la permission. Concrètement, un abonné s'inscrit sur notre site Internet et définit son profil, ses centres d'intérêts et ses projets d'achat à court et moyen terme. Il choisit également les créneaux horaires pendant lesquels il pourra visionner les spots publicitaires, et la durée de visionnage : de 1 à 3 minutes par jour. Il reçoit ensuite des informations commerciales qui correspondent à son profil. Le visionnage de chaque publicité, à la demande, est suivi d'un petit questionnaire permettant de valider l'exposition et la mémorisation du message de l'annonceur. En contrepartie de son attention, chaque membre bénéficie de bons d'achat sur des sites marchands partenaires, sur la base d'une rétribution de 24 euros par heure de visionnage (limité à 36 euros par mois).

Quels sont les avantages pour l'annonceur ?

D'une opportunité d'être vu, on passe à la certitude d'être vu et entendu. Car la visualisation des messages publicitaires en un acte volontaire et actif. En fait, nous vendons des minutes de réelle exposition. Pour le mobinaute, c'est aussi l'assurance de recevoir des publicités qui correspondent à ces centres d'intérêt.

Ces publicités ne sont pas diffusés via le réseau des opérateurs mais à travers une synchronisation Bluetooth mobile-PC. N'est-ce pas compliqué ?

Nous ne pensons pas. Les mobinautes et les imagiiners (les membres de la base) sont au moins une fois par jour devant leur PC, la synchronisation se fait automatiquement et simplement. Pour l'abonné, il n'y a rien à faire, juste passer devant son ordinateur. A terme, nous proposerons des synchronisations en Wi-Fi et en WiMax.

Cette approche réduit mécaniquement le parc de mobiles compatibles ?

La compatibilité est progressive. Pour l'instant, notre service fonctionne avec un parc de plus de 5 millions de terminaux mobiles. Et l'objectif est également d'adresser les baladeurs vidéos, les consoles et autres terminaux mobiles.

Vous vous affranchissez du réseau des opérateurs. Quelle est leur réaction alors qu'ils lancent aussi des régies dédiées ?

Nous les avons rencontré mais visiblement nous n'avons pas la même approche. Certains sont encore dans la logique du spam... Pour le moment, nous faisons le pari de proposer notre service sans eux. Mais nous pensons qu'ils valideront notre concept.

A ce jour, combien de personnes se sont inscrites ?

En six semaines, 80.000 personnes se sont inscrites et nous comptons 20.000 profils. Notre objectif est de passer la barre de million d'inscrits à la fin de l'année et d'atteindre les 20 millions dans 24 à 36 mois.

Quel est votre modèle économique ?

Nous vendons du temps de vision et une attention confirmée et qualifiée à un annonceur. Le modèle est simple : nous facturons 1 euro la minute par utilisateur. Une partie de cette somme est redistribuée à nos membres en bons d'achats.

Et techniquement ?

Il s'agit d'une base SQL sécurisée et découpée comprenant un algorithme qui qualifie le niveau de crédibilité des membres. Business et Decision, qui est actionnaire à 10% d'Imagiin, outsource toute l'infrastructure technique.