

TNS dévoile les premiers chiffres de la pub sur mobiles

Menée pour le compte des opérateurs et sous la tutelle de la MMA (Mobile Market Association), cette étude publiée par l'institut TNS Media s'intéresse à l'essor rapide de la publicité sur les terminaux mobiles.

Les annonces sur mobiles totalisent un investissement total de 2,4 millions d'euros bruts sur les quatre premiers mois de l'année. Bien entendu, cela n'est qu'une goutte dans l'océan comparé au budget global de la communication en France qui atteint comme le souligne dans son édition du jour *Le Figaro* 6,5 milliards d'euros.

Le journal économique indique également que si TNS Media n'a signé pour l'instant de contrat qu'avec l'opérateur Orange, il serait en cours de négociation avec les deux autres mastodontes du secteur : SFR et Bouygues Telecom.

Pour ce qui est des MVNO, les nouveaux opérateurs virtuels, le marché est encore trop restreint pour impacter ces statistiques. Mais ces derniers grossissent rapidement et le fait qu'ils s'adressent à des marchés de niches devrait intéresser les annonceurs qui souhaitent une publicité ciblée et donc plus pertinente.

Le point le plus intéressant de cette étude et sans doute celui qui concerne la technologie utilisée par les annonceurs. En effet, le document publié par TNS souligne l'importance de l'Internet mobile et des liens publicitaires, mais également la vitalité dans ce domaine des SMS ou MMS (les messages multimédias).

Le texto classique est assimilé à du marketing direct et le MMS apporte une valeur ajoutée au message publicitaire, mais pour le pratiquer l'utilisateur doit avoir à sa disposition un téléphone de dernière génération.

Le contenu visuel va jouer un grand rôle dans l'essor de la publicité sur mobile. Et à l'instar des baladeurs MP3, les derniers terminaux permettent de s'adonner au « podcasting », une piste à suivre selon l'étude.