

Communiqué de presse

Paris, le 8 juillet 2009 – Les trois opérateurs mobiles Français Bouygues Telecom, SFR et Orange France, réunis au sein de l'Association Française du Multimédia Mobile, ont suivi les recommandations du GSMA pour construire une mesure d'audience de l'internet mobile cohérente dans tous les pays d'Europe.

Très attendue par le marché croissant du marketing et de la publicité mobile, cette mesure appuiera fortement le développement du canal mobile en tant que média à part entière.

A l'issue d'une consultation, Médiamétrie est pressenti pour opérer cette mesure d'audience en France. Ce choix devrait être confirmé à l'issue d'une phase de test et de spécification détaillée.

Le seul média dont on mesurera les performances sur l'intégralité de son audience

L'approche retenue consiste à exploiter la totalité des données d'usages, observées dans les systèmes d'information des opérateurs et rendues anonymes, des mobinautes de manière à obtenir la mesure la plus exhaustive possible, faisant du mobile le premier média à se doter d'une mesure aussi performante.

L'usage des applications mobiles communicantes sera également intégré dans la mesure.

Ainsi la France rejoint l'Angleterre et l'Allemagne dans le choix d'une mesure « census » plutôt que « panel ». Par ailleurs, l'expertise de Médiamétrie permettra de compléter cette mesure par des données socio-démo, et d'assurer le croisement avec les données de l'Internet Fixe.

Une mise en œuvre progressive pour des premiers chiffres début 2010

Les prochains mois vont être à présent consacrés à affiner la méthodologie de mesure d'audience, à développer et tester techniquement la solution, et à définir un certain nombre d'éléments structurants pour la mesure, ce qui permettra notamment de fixer un calendrier précis pour la diffusion des premiers chiffres, qui devrait intervenir dans le courant du premier semestre 2010.

Une implication de l'ensemble de l'écosystème dans l'élaboration de la mesure d'audience du mobile

L'ensemble des acteurs du marché – annonceurs, agences médias et conseils, régies, éditeurs de sites mobiles – vont collaborer pour construire et définir ensemble les contours précis de la mesure.



La création de cette mesure d'audience dédiée au mobile permettra d'asseoir définitivement le mobile comme un média à part entière. Elle permettra aux annonceurs et à leurs conseils de connaître précisément leurs performances, tous supports confondus, et d'évaluer de véritables plans plurimédia.

Contact presse AFMM (Association Française du Multimédia Mobile)

Samira Fertas – Com & Co Tél : 01 43 38 06 75 – 06 15 41 21 59 samiraf@com-n-co.com

A PROPOS DE L'AFMM (ASSOCIATION FRANÇAISE DU MULTIMEDIA MOBILE)

Créée en 2005, l'AFMM regroupe Bouygues Telecom, SFR, Orange France, les opérateurs mobiles virtuels (MVNO), l'ACSEL (Association pour le Commerce et les Services en Ligne), le GESTE (Groupement des Editeurs de Services en Ligne), la MMA France (Mobile Marketing Association France), des éditeurs de services mobiles et des prestataires techniques ou agences mobiles. Sa mission est de promouvoir et de développer l'usage du multimédia mobile en France, en particulier celui de l'Internet mobile, notamment à travers les solutions multi-opérateurs Gallery, flashcode, SMS+/MMS+.