



Parmi les dernières applications lancées pour l'iPhone en France, on trouve celles du jeune chanteur Slimy (photo), de 20 Minutes et de Télé poche.

publicitaires sur ses propres applications. Deux formats sont mis en avant : un écran publicitaire d'ouverture qui s'affiche pendant le téléchargement des données ou des bannières traditionnelles. Le troisième stade est bien évidemment celui de l'e-commerce, notamment via Itunes.

Entre métamoteurs et visibilité

Au rythme où se développent les applications mobiles, ne risque-t-il pas d'y avoir une saturation ? Comment l'utilisateur pourra-t-il s'y retrouver parmi tous ces nouveaux programmes ? « Des métamoteurs vont voir le jour, à l'instar d'un "Google du mobile" qui référencera les applications mobiles », souligne Paul Amsellem, directeur général de SBW Paris. Google, via son système d'exploitation mobile Android, pourrait alors recycler ses bonnes vieilles recettes de référencement sur le Web.

Mais, du coup, se pose la question de la visibilité de son application pour une marque. « Aujourd'hui, pour avoir une application visible, il ne faut déjà pas oublier d'ajouter à son budget une dépense en communication offline ! », rappelle Thomas Husson (Forrester Research). En effet, à moins d'être parmi les 20 premières applications téléchargées sur l'App Store, on tombe très vite dans l'oubli.

Anne-Lise Carlo

Marché

Les agences mobiles se spécialisent

Le marché se structure en deux types d'agences : d'une part, celles de marketing mobile, qui développent des stratégies médias mobiles pour les annonceurs ou des sites mobiles, d'autre part, les agences éditrices d'applications mobiles.

Parmi les premières, on trouve entre autres les sociétés Marvellous, Phone Valley ou Kassius. Elles sont là depuis la naissance du marketing mobile et, la plupart du temps, sont adossées à un grand groupe de communication. Marvellous constitue ainsi le pôle marketing de l'agence Isobar (elle-même filiale du groupe Aegis), Phone Valley est devenue l'agence de communication mobile de Publicis Groupe, et Kassius a été rachetée en 2008 par Young & Rubicam Brands. Dernier rapprochement en

date : celui du réseau international SBW avec Group M, entité regroupant les agences médias du groupe WPP. « Group M ne possédait pas de réelle expertise mobile en interne. Mais si nous restons leur partenaire privilégié sur le mobile, nous travaillons pour beaucoup d'autres clients », explique Paul Amsellem, directeur général de SBW Paris.

Intense concurrence dans les applications

Certaines de ces agences de marketing mobile développent plus timidement des applications iPhone pour des marques mais, de ce côté, le marché s'agite déjà beaucoup et de nouveaux acteurs ont fait leur entrée. Ainsi, en France, se sont déjà positionnées sur le créneau des agences comme Visuamobile, Bachelite (Fullsix)

ou Novedia Agency. « Notre concurrence ne vient pas des agences marketing mobile, mais bien plus des développeurs expérimentés présents aux États-Unis », souligne Luc Veuillet, cofondateur de Visuamobile.

Quant aux développeurs d'applications mobiles, la plupart travaillant en free-lance, ils sont désormais très recherchés et leur talent coûte très cher sur le marché. Aussi l'opérateur SFR, pour contourner ces contraintes, en quelque sorte, a organisé le concours SFR Jeunes Talents Développeurs à l'occasion de la commercialisation du premier terminal sous Android (le système d'exploitation mobile de Google), le HTC Magic. Avec un certain succès : plus de 100 projets d'applications mobiles ont été déposés sur le site www.sfrjtd.fr entre le 10 mars et le 26 avril. **A.-L.C.**



Paul Amsellem (SBW Paris) : « Group M ne possédait pas de réelle expertise mobile en interne. Mais si nous restons leur partenaire privilégié sur le mobile, nous travaillons pour beaucoup d'autres clients. »



Luc Veuillet (Visuamobile) : « Notre concurrence ne vient pas des agences marketing mobile, mais bien plus des développeurs expérimentés présents aux États-Unis. »

Les 5 applications gratuites les plus téléchargées sur l'App Store en France

1. MTV
Grâce à cette application, les chaînes de MTV sont disponibles et visibles en direct.

2. World Cup ping-pong Lite
Jeu de simulation du tennis de table conçu par Skyworks.

3. Télépoche
Le guide TV du magazine Télé poche (groupe Mondadori France) permet de ne rater aucun film, série ou match de football.

4. Cooking Mama Lite
Pour s'amuser à cuisiner sur son iPhone la fameuse recette du hamburger à la sauce tomate.

5. Stunt Car Racing 99 Tracks
Ce jeu de course automobile est développé par Digital Chocolate.