

Les médias belges défient les géants du Net

■ Les éditeurs belges ont développé une solution de publicité mobile permettant de toucher 2,3 millions d'utilisateurs.

C'est une "première européenne", si on en croit Thierry Hugot, président de l'Online Professional Publishers Association Belgium (OPPAB), l'association qui regroupe les plus gros éditeurs belges de contenus en ligne (dont le Persgroep, L'Avenir, IPM, Rossel, Roularta et Mediahuis). Ces éditeurs, qui ont pris pied ces dernières années sur Internet avec succès, représentent une force de frappe importante dans le domaine de l'info en ligne. De plus en plus de Belges consultent les journaux sur ordinateur, tablette ou téléphone mobile "intelligent". Mais si l'audience ne cesse de gonfler, il n'en est pas de même de revenus publicitaires. Pire: une grosse partie des investissements opérés par les annonceurs sur les sites des médias belges échappe aux éditeurs, au risque de mettre en péril des "modèles économiques" déjà fragilisés par le déclin structurel des médias imprimés.

Google et Facebook mangent tout

Actuellement, on évalue entre 8 et 10% la part du gâteau publicitaire belge prise par les éditeurs sur le terrain des pubs diffusées sur mobile. Or 65% de l'audience acquise en ligne par ces mêmes éditeurs proviendraient aujourd'hui du mobile (avec une percée spectaculaire du smartphone). Ce fossé entre audiences et revenus publicitaires a un nom: "Gafa", acronyme des quatre géants américains du Net (Google, Apple, Facebook et Amazon). L'OPPAB avance des chiffres français pour appuyer sa démonstration. Chez nos voisins, la publicité sur mobile

est absorbée à concurrence de 92% par Google et Facebook!

Les éditeurs belges, dont les relations avec Google et les autres n'ont pas toujours été au beau fixe, refusent de subir cette position ultradominante des géants du Net. Ils ont décidé de réagir. Au terme d'un travail de 18 mois, les membres de l'OPPAB ont dévoilé, cette semaine, la plateforme MobilePremium. Les éditeurs espèrent que cette arme "anti-Gafa" permettra, dans les deux ans, de porter leur part de marché dans la pub sur mobile entre 20 et 25%.

Jusqu'à 2,3 millions de contacts

Pratiquement, MobilePremium se profile comme une "place de marché, privée et premium" destinée à tous les annonceurs voulant investir en pub et marketing sur les applications mobiles – les smartphones, en fait – des différents sites d'infos des éditeurs belges. En recourant à MobilePremium, l'annonceur pourra toucher jusqu'à 2,3 millions de visiteurs uniques par jour! Pour l'OPPAB, il s'agit très clairement de proposer aux annonceurs une alternative, à la fois locale et haut de gamme, aux mastodontes que sont Google.&co.

Outre la puissance de contact avec les consommateurs, la plateforme MobilePremium avance plusieurs arguments pour séduire le monde des annonceurs. Il

Face à certaines dérives, Mobile Premium garantit aux annonceurs un environnement sécurisé et convivial.

s'agit d'un outil automatisé d'achat d'espaces publicitaires (mais tout en offrant aussi la possibilité de passer par de l'achat en direct). La plateforme se concentre par ailleurs sur la publicité "native", qui s'intègre mieux aux écrans mobiles et est moins intrusive. Enfin, face aux dérives dénoncées ces dernières semaines par de gros annonceurs internationaux (qui voyaient leurs annonces cohabiter avec des contenus controversés), MobilePremium garantit un environnement éditorial sécurisé et convivial.

P.-F.L.