



**BUONGIORNO LANCE B!MOBILE
UNE PLACE DE MARCHE MOBILE MONDIALE:
UNE NOUVELLE ÈRE SE PROFILE POUR LES ANNONCEURS ET LES EDITEURS**

La publicité mobile constitue un énorme potentiel encore inutilisé. C'est donc le moment idéal pour le lancement de cette nouvelle plateforme.

www.bmobile.com est l'interface de la nouvelle plateforme self-service qui met à la disposition des annonceurs différentes fonctions permettant de concevoir et de réaliser des campagnes de publicité mobile à la performance.

Salon Buzzness Mobile - Paris, le 18 novembre 2010 – B!Digital, agence indépendante leader en Europe du Groupe Buongiorno S.p.A. chargée de développer et de réaliser des campagnes de publicité et de communication sur le média mobile, vient de présenter **B!mobile** – le réseau publicitaire (AdNetwork) conçu comme plateforme d'échange entre les éditeurs désireux de capitaliser leur trafic sur les sites mobile Internet et applications, et les annonceurs souhaitant investir sur ce type de support et attentifs à l'efficacité de leur campagne.

A travers une plateforme de dernière génération, B!mobile permet de segmenter des campagnes de publicité mobile par opérateur téléphonique, système opérationnel (OS) et modèle de téléphone portable, d'une manière absolument transparente et précise, permettant ainsi un suivi constant du réel retour sur investissement.

B!mobile est accessible sur Internet ou à partir d'un téléphone mobile – grâce à un site optimisé également pour les smartphones - à l'adresse suivante: <http://www.bmobile.com/>. La plateforme est simple et rapide à utiliser: chaque annonceur peut y accéder directement et de façon indépendante et, grâce à un panneau de contrôle, suivre le déroulement de la campagne dans tous ses aspects et apporter toutes les modifications souhaitées en temps réel. Elle permet par ailleurs de paramétrer et de gérer toutes les typologies de campagnes bannières: CPC (cost per click) ou CPM (cost per impressions). B!mobile continue de développer son propre adnetwork en procédant à l'agrégation d'éditeurs dans le monde entier, notamment en Europe, Russie, Afrique du Sud et l'Amérique Latine, l'objectif étant d'unifier le trafic d'ici la fin de l'année.

La responsable de division récemment créée, Business Unit B!mobile Adnetwork, est Lara Gagliardi qui, après avoir dirigé pour Buongiorno l'activité B2C et la marque



BlinkoGold dans les zones Méditerranée et Amérique Latine, a développé une compétence spécifique dans le domaine de la performance publicitaire et a relevé ce nouveau et important défi international.

«Le contexte de la communication marketing évolue très rapidement. – commente Lara Gagliardi – Gartner prévoit qu’en 2013, l’usage d’Internet mobile dépassera l’usage Internet Fixe; ne serait-ce que par rapport à l’année qui vient de se terminer, nous avons assisté à un véritable boom de téléchargements d’applications mobiles, et les services offerts seront de plus en plus liés à l’usage du mobile. Tout cela représente une formidable opportunité pour Buongiorno qui se positionne parfaitement dans ce contexte dans la mesure où nous connaissons profondément le monde mobile. Le groupe est donc en mesure d’accompagner les entreprises en leur proposant les outils les plus adaptés pour une intégration complète de leur communication digital».

Selon la MMA (Mobile Marketing Association), 27% des consommateurs des principaux marchés européens utilisent des navigateurs et des applications sur leurs téléphones portables et téléchargent des contenus. Les dispositifs étant hautement personnalisés, les messages publicitaires peuvent être adressés de façon extrêmement précise, tant au niveau personnel que local, afin d’adapter toujours le message au destinataire. Les campagnes de publicité mobile obtiennent en effet des résultats souvent remarquables en termes de performance (réponse et de taux de clics). Grâce en partie à la nouveauté de ce média, les consommateurs se montrent particulièrement curieux d’explorer les nouvelles possibilités offertes par les plateformes mobiles, et notamment publicitaires. Selon Médiamétrie (avec l’AFMM et NetRatings) La publicité mobile est estimée à 1% du marché publicitaire Internet en France, alors qu’elle pèse déjà près d’un tiers de son audience.