



Communiqué de presse

Les campagnes publicitaires mobiles du réseau Admoove 3 fois plus performantes grâce au géociblage

Paris, le 21 septembre 2011

Depuis son lancement commercial à l'été 2011, AdMoove, première plateforme destinée à servir des bannières publicitaires géociblées sur des téléphones mobiles, démontre que le géociblage des campagnes mobiles améliore sensiblement leur performance.

Premiers bénéficiaires de cette innovation technologique, les annonceurs locaux (commerçants, enseignes de la distribution, restaurateurs, offices de tourisme) disposent, avec la publicité mobile géolocalisée, d'un puissant outil marketing pour attirer de nouveaux clients en points de vente.

Admoove a par ailleurs clôturé cet été un premier tour de table.

Publicités mobiles géolocalisées : des taux de transformation 3 à 5 fois supérieurs

AdMoove permet de définir des zones de diffusion adaptées aux besoins de chaque annonceur : il est ainsi possible de diffuser une campagne dans un cercle de 500 mètres de rayon autour d'une boutique, de cibler une ville ou un code postal. Il est également possible de fixer les jours et les heures de diffusion des campagnes pour les faire coïncider avec les horaires d'ouverture des points de vente.

« Nous constatons des taux de clic élevés, de 1 à 5 %, sur les campagnes qui transitent sur notre réseau. La finesse du géociblage améliore la pertinence du message publicitaire pour celui qui le reçoit et déclenche l'acte de consommation », confie Julien Chamussy, Directeur Marketing de la société.

Les éditeurs d'applications mobiles géolocalisées rejoignent le réseau Admoove

Pour les éditeurs de services et d'applications mobiles, AdMoove offre l'opportunité de générer des revenus publicitaires additionnels, en complément de ceux générés par leur activité publicitaire traditionnelle (non géolocalisée). Compte tenu de la performance des campagnes, les éditeurs bénéficient d'une rémunération élevée pour leur inventaire.

« Depuis le début de l'été, plusieurs éditeurs majeurs nous ont confié la commercialisation de leur inventaire mobile géolocalisé notamment Le Parisien Sortie, Prixing et Stop-Pervenche. Nous espérons pouvoir proposer le plus important inventaire géolocalisé – en quantité et en qualité - en France d'ici la fin de l'année » indique Jérôme Leger, Responsable des Relations Editeurs d'AdMoove.

Un premier tour de table pour assurer le développement de la société

La société a par ailleurs bouclé un premier tour de table en juin dernier auprès d'investisseurs privés (Marignan) lui permettant de poursuivre le développement de sa plate-forme technique et le déploiement commercial de son offre auprès des annonceurs et éditeurs.

La publicité locale digitale est l'un des segments les plus dynamiques du marché de la publicité en ligne : en forte croissance, elle représente 483 millions d'investissements nets au 1er semestre 2011, soit 40% du total de la publicité digitale. La publicité sur mobile représente elle, 1% des dépenses publicitaires digitales, avec une part proche de 0 en local. Le pari de la société Admoove est de drainer une partie des investissements publicitaires locaux sur le média mobile.

Deux experts des services mobiles à l'origine du projet

AdMoove a été créée en 2010 par 2 experts des services mobiles et des médias en ligne :

- Jerome Léger : fondateur et actionnaire de start-ups (Pixelpark, Moustik, Moblr)
- Julien Chamussy : Bouygues Telecom, AFMM, Vivendi Mobile Entertainment

Pour plus d'info sur la plate-forme AdMoove : www.admoove.com

Contact Presse

Samira Fertas - Sam & Co
Tél : 01 43 55 20 61 / 06 15 41 20 59
samira.fertas@samandco.fr