

>>> MARCHÉS

>>> étude est la possibilité pour les entreprises clientes d'insérer, chaque semaine, plusieurs questions, chacune d'entre-elles étant facturée **300 euros**. Selon l'institut, les résultats sont accessibles en moins d'une semaine. MédiaFit doit renforcer la réflexion marketing et communication des clients de plusieurs façons : en fournissant une analyse rapide du premier impact d'une campagne de communication, en détectant un premier niveau de notoriété ou plus globalement une tendance, en captant l'évolution d'une caractéristique d'une marque ou d'un produit, ou bien encore en recueillant la perception ou la satisfaction vis-à-vis d'une marque ou d'un produit. « Cette étude doit également permettre d'évaluer les intentions d'achat, analyser les usages et les attitudes à l'égard d'un produit ou d'un service », indique **Jamila Yahia Messaoud**, directrice du pôle Comportement Médias et Ad'hoc. Créée en 1985, Médiamétrie a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de **67,5 millions d'euros**, en France et à l'international.

■ Le Bon Coin lance une application pour iPhone

Le site de petites annonces **Le Bon Coin (80 salariés)** a annoncé jeudi 8 décembre le lancement d'une application pour **iPhone**. L'objectif est de répondre aux besoins de mobilité de ses internautes. « Le site mobile a été lancé il y a quinze mois. Durant cette période, nous avons étudié les réactions des utilisateurs et leurs demandes : il est apparu qu'une application était indispensable pour pouvoir déposer des annonces facilement », explique **Antoine Jouteau**, cofondateur du Bon Coin, interrogé par *Satellinet*. L'application permet notamment le dépôt et la suppression d'annonce uniquement pour les particuliers, la consultation des **17 millions d'annonces** revendiquées par le site, une mise en relation directe par email ou téléphone, le téléchargement de photos directement depuis son téléphone, ainsi que la sauvegarde d'annonces favorites. Le trafic mobile du site représente aujourd'hui **entre 3 et 5 %** de l'audience totale du Bon coin (**13,7 millions de VU**, Médiamétrie, novembre). L'objectif est d'atteindre **15 à 20 %** du trafic d'ici deux à trois ans. Le groupe affirme avoir développé l'application en interne en trois mois via une « petite cellule » dédiée au mobile. Celle-ci a été constituée il y a six mois et, selon Antoine Jouteau, sera « significativement étoffée ces prochains mois ». Une application pour **Android** devrait suivre début 2012 ainsi qu'une V2 pour iPhone.

■ L'agence My Love Affair entre au capital de Dayclic et prend en régie son site Live@Home

My Love Affair, agence de marketing musical qui met en relation marques et artistes, fondée par **Raphaël Aflalo** et **Cathy Guetta**, a annoncé lundi 5 décembre une prise de participation de **50 %** dans le capital de **Dayclic**, la société éditrice de **Live@Home**, une web-émission musicale. Fondée par **Serge Khalifa** il y a dix-huit mois, Live@Home est une émission de musique en ligne

qui propose sur un rythme hebdomadaire des émissions dédiées à des artistes (concerts, coulisses, entretiens dans une ambiance intimiste). Son modèle économique repose sur des partenariats avec les marques via habillage du site, placements de produits ou autour de concours pour gagner des plaques pour l'enregistrement des émissions. **Microsoft, L'Oréal, Chanel** et **Sephora** figurent notamment parmi les marques ayant noué un partenariat. « Alors que le marché musical s'essouffle, c'est un très bon moyen pour les chanteurs et les maisons de disques de faire la promotion de leurs disques de façon innovante, et pour les marques de toucher une cible jeune et affinitaire dans un contexte premium. Notre entrée au capital de Dayclic est un pari sur l'avenir », indique Raphaël Aflalo, fondateur de My Love Affair, interrogé par *Satellinet*. Cette entrée au capital doit permettre plusieurs développements pour Live@Home. Dans un premier temps, le programme, jusque-là disponible sur la plate-forme de vidéo **Wat.tv** et **Dailymotion (entre 1 et 1,5 million de vidéos vues** revendiquées par mois), devrait lancer son propre site, **Liveathome.tv**, à la fin du mois. My Love Affair facilitera également la mise en relation et la participation d'artistes. Le 22 décembre, le nouveau site www.liveathome.tv accueillera ainsi **Johnny Hallyday**. Par ailleurs, l'entrée au capital fait de My Love Affair la nouvelle régie de Live@Home.

My Love Affair - www.my-loveaffair.com Création : avril 2011. Fondateurs : Raphaël Aflalo, Cathy Guetta. Répartition du capital : Raphaël Aflalo et Cathy Guetta. Levée d'amorçage de 700 000 euros pour 10 % du capital réalisée auprès de Jacques-Antoine Granjon, Michaël Benabou, Xavier Niel et le fonds d'investissement Covent Partners. Effectifs : 5 personnes. Marques en régie : David Guetta, Cathy Guetta, F*** Me I'm Famous. Clients : Givenchy, HP, Renault, sushishop.com... CA 2011 prévu : 2,1 millions € en 2011. 7 à 8 millions € visés en 2012 millions €.

■ Microsoft propose de nouveaux formats publicitaires sur la Xbox 360

Microsoft commercialise depuis mardi 6 décembre une nouvelle version du service en ligne **Xbox LIVE (1,9 million d'utilisateurs** connectés en France, dont **1,1 million d'utilisateurs actifs** chaque mois, Médiamétrie, septembre 2011). Celle-ci comprend, via Xbox Live, de nouvelles applications et offre de nouveaux formats publicitaires, soit par le display soit par la vidéo. « La nouvelle offre de divertissement sur Xbox LIVE permet aux consommateurs d'accéder aux programmes de divertissement qu'ils souhaitent pendant que les marques peuvent intégrer les contenus de leurs campagnes publicitaires TV traditionnelles », indique **Shawn Mc Michael**, Senior Director of Global Advertising Microsoft, [sur le blog de la société](#). Outre l'incorporation de spots TV, cette nouvelle version intègre de nouveaux formats publicitaires compatibles avec le contrôle gestuel et vocal de Kinect. « Il y a davantage d'interactions avec la marque via la voix et la main. L'engagement de l'utilisateur est >>>