

L'AFP en marque blanche sur les téléphones mobiles

Publié par [Jérôme Bouteiller](#) le Jeudi 2 Octobre 2008

Étrangement absente du débat sur la refonte de l'audiovisuel public, la vénérable Agence France Presse, fondée en 1835, poursuit néanmoins ses développements et annonce une refonte totale de son offre sur les téléphones mobiles, jusqu'à présent limitée aux portails d'Orange, Bouygues ou SFR.

En association avec l'agence Momac, l'AFP vient en effet de dévoiler « AFP mobile », une offre consistant à proposer tous ses contenus (dépêches en temps réel, photos et vidéos) en marque blanche, pour tous les éditeurs de portails mobiles (WAP, Smartphone, iPhone...).

« Grâce à cette plateforme de publication, nous sommes désormais en mesure de proposer aux acteurs du monde mobile une offre complète qui couvre les besoins éditoriaux et techniques. » déclare Erik Monjalous, Directeur Commercial et Marketing de l'AFP.

Au delà de son flux en marque blanche, l'offre de l'AFP innove en proposant un nouveau modèle économique : le partage des revenus publicitaires. Une solution limitant les investissements pour les éditeurs et qui témoigne du glissement de l'AFP de « fournisseur de contenus » en véritable média.



L'AFP espère tirer 2 millions d'euros de ses services mobiles en 2009

L'Agence France-Press (AFP), qui se développe depuis plusieurs années dans les contenus multimédias, a annoncé jeudi viser 2 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les services mobiles en 2009.

"Le chiffre d'affaires de la branche mobile a doublé en 24 mois", a précisé Pierre Louette, PDG de l'Agence lors d'une conférence de presse. "Notre objectif est de fournir des services associés à nos contenus" et ainsi de générer "d'autres sources de revenus pour l'Agence", a-t-il ajouté.

Journal mobile, alertes SMS et MMS, applications embarquées... l'Agence propose depuis le mois de juin de nombreux produits mobiles disponibles en plusieurs langues.

Les services mobiles sont disponibles en français, en anglais et en espagnol. Début 2009, trois nouvelles langues feront leur apparition: l'arabe, l'allemand et le portugais.

"Nous avons plus de 70 clients dans le monde pour nos services mobiles: des intégrateurs, des éditeurs de contenus mobiles et des opérateurs principalement en France, au Moyen-Orient et en Asie", a expliqué Otman Meriche, responsable du business développement à l'AFP.

Ces services représentent une audience potentielle de plusieurs centaines de milliers de pages vues par mois, selon l'AFP.

L'Agence table sur une croissance de 15% de son chiffre d'affaires pour les services multimédias en 2008, à 16 millions d'euros. Et espère atteindre 18 millions d'euros en 2009.