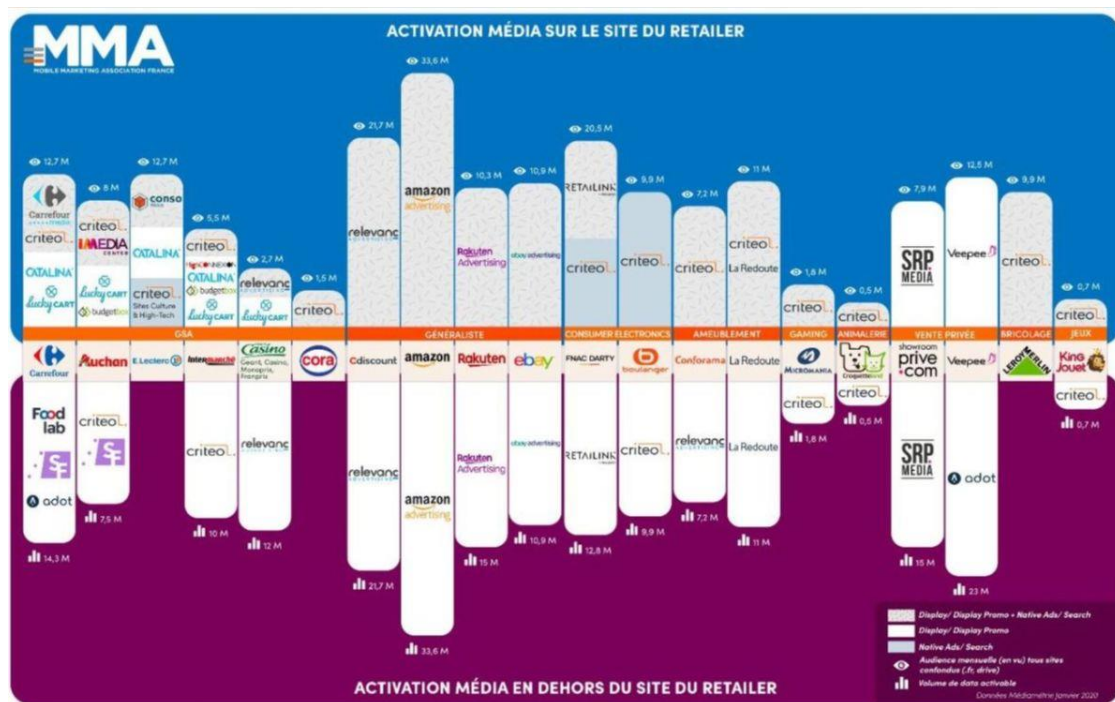


La Mobile Marketing Association France publie
la première cartographie des acteurs du e-retail Média



Paris le 7 juillet 2020 - Réunissant agences, régies et commerçants, la Mobile Marketing Association France propose la première cartographie des acteurs du e-retail Média.

Evolution du trade marketing en point de vente, le e-retail Média consiste à valoriser les inventaires digitaux des marchands - et principalement les données transactionnelles - à des fins d'insights, de ciblage ou de mesure. En France, **le mobile représente près de la moitié des transactions e-commerce et plus des deux tiers des audiences** ; incontournable en point de vente il fait naturellement le pont entre publicité et commerce, entre online et offline, contribuant à faire converger les offres traditionnelles de trade marketing et de retail media.

Qu'est-ce que le e-retail Média ?

Le e-retail Média désigne l'ensemble des offres publicitaires présentes dans le parcours d'achat online des consommateurs



Les bénéfices du retail media pour les marques



Cette cartographie permet de comprendre la proposition de valeur des différents acteurs du secteur ainsi que d'évaluer la couverture (reach) de leurs offres.

Les travaux ont été menés par l'ensemble des membres du groupe de travail e-retail Média de l'Association, qui comprend déjà plus d'une quinzaine de sociétés, co-dirigés par **Arick Abbou**, Directeur Conseil eCommerce & eRetail chez IProspect et **Tanguy Le Falher**, Manager chez Publicis Commerce sous la supervision de **Bertrand Jonquois**, Rapporteur de la Commission Commerce au sein de la Mobile Marketing Association France.



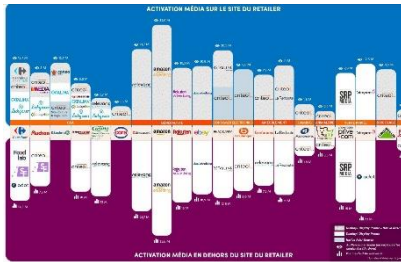
" En France, le Retail Media représente déjà un chiffre d'affaires de 409 millions d'euros dont 217 millions (+31%) pour le display et 192 millions (+39%) pour le search en 2019. Ce montant va continuer de croître car l'écosystème tend vers plus de plateformisation afin d'apporter aux marques et agences des solutions en self-service." indique Arick Abbou.

" L'écosystème Retail Media français est l'un des plus avancés au monde et compte d'ores et déjà plusieurs champions nationaux, capables de rivaliser avec les géants mondiaux de la publicité. Cette cartographie préfigure de futurs travaux d'harmonisation et de standardisation des offres qui seront menés au sein de l'Association." explique Tanguy Le Falher.





“Cet écosystème e-retail Média est encore très récent, riche, mouvant et par conséquent complexe. C'est pourquoi nous avons décidé de le clarifier au travers d'une cartographie exhaustive reprenant tous les acteurs du e-retail Média.”
explique Vadim Wichmann, Consulting Manager chez GroupM Commerce et membre du groupe de travail e-retail Média.



La cartographie peut être téléchargée sur le site de l'Association et librement reproduite sur les sites média et des réseaux sociaux sous réserve de mentionner sa source.

[Télécharger la cartographie](#)

Retrouvez également la vidéo du petit-déjeuner virtuel "Comment accélérer sa croissance e-commerce grâce au e-retail Média?" organisé par la Mobile Marketing Association France avec des témoignages exclusifs de Retailink par Fnac Darty, Criteo, iRobot ou encore Nestlé.



[Voir la vidéo](#)

A propos de la Mobile Marketing Association France

Créée en décembre 2002, la Mobile Marketing Association France a pour mission d'accélérer la transformation et l'innovation du Marketing grâce au Mobile. Seule association dédiée au marketing, à la publicité, au CRM et au Commerce sur mobile et tablette en France, elle regroupe les acteurs de tout l'écosystème : agences conseils, annonceurs, régies, prestataires, instituts de mesure, opérateurs mobiles.

Force de propositions auprès des pouvoirs publics et de toutes ses parties prenantes, la Mobile Marketing Association France définit des positions communes sur des points clés de l'activité sectorielle, propose des critères normatifs de bonne conduite et donne accès à des informations marché à échelle

européenne ou mondiale. L'Association est l'organisme professionnel de référence sur le marché auprès des annonceurs, des institutions, des associations professionnelles.

Contact Presse

Mobile Marketing Association France

Julie Poilleux

julie.poilleux@mmaf.fr

06 58 02 42 46
