

TIM Brazil développe une nouvelle solution de marketing mobile avec Gemalto

- *Un outil innovant fait la promotion d'applications et d'offres spéciales de TIM et suggère des services à valeur ajoutée proposés par d'autres marques et partenaires*
- *Une solution intégrée dans les terminaux élimine le trafic de données pour les téléchargements d'applications en délivrant de nouvelles offres directement sur écran à la maison*

Rio de Janeiro et Amsterdam, le 30 mai 2016 – Monétisation des bases de données, praticité renforcée pour les clients et élargissement des opportunités pour proposer des applications innovantes de développeurs tiers – tels sont les principaux atouts du nouveau contrat conclu entre **TIM** et **Gemalto** (Euronext NL0000400653 GTO), pour développer un nouvel outil de marketing mobile centré sur l'installation d'applications. La solution qui fait monter des applications mobiles fait partie intégrante de la suite de produits [LinqUs Mobile Engagement and Monetization](#) de Gemalto. C'est un canal innovant pour suggérer des applications d'opérateurs et de partenaires, ainsi que le téléchargement d'autres contenus via des messages intelligents interactifs, tout en simplifiant considérablement la gestion du cycle de vie des terminaux, indépendamment de leurs lieu et date d'achat.

En plus de recevoir des offres et des suggestions d'applications sélectionnées pour correspondre à leurs intérêts et profils précis, les clients de TIM pourront télécharger en toute sécurité des applications qui leur seront recommandées, sans consommer leur forfait de données. Le client sélectionne tout simplement le bouton correspondant dans un message intelligent reçu ; le téléchargement et l'installation démarrent alors automatiquement. En moins de clics et avec une simplicité d'utilisation les consommateurs réalisent plus d'économies sur leur forfait de données Internet et gagnent du temps en s'épargnant des recherches fastidieuses dans les magasins d'applications qui consomment énormément de données.

Cet outil est l'occasion d'explorer de nouvelles sources de revenus pour TIM, en exploitant la tendance du marché des gros investissements dans les médias numériques, provenant de développeurs d'applications, du segment du e-commerce et d'autres segments qui prévoient de proposer des applications aux clients. Une utilisation mensuelle des données illimitée et une installation simplifiée en quelques clics séduisent autant les publicitaires que les clients, qui disposent dorénavant d'une solution efficace de promotion et de téléchargement. TIM développe des partenariats dans les applications, directement avec un large éventail de marques et de prestataires de services.

« Le marketing mobile jouit d'un fort potentiel au Brésil ; ce marché abrite en effet un riche écosystème de développeurs d'applications et de publicitaires qui investissent dans les médias numériques, tout en étant sous-exploité par les opérateurs. La solution de Gemalto nous permet de proposer un canal innovant qui utilise de manière intelligente les actifs de télécommunications pour générer une expérience

simple et efficace au service de la promotion et de l'installation d'applications. En plus de créer un nouveau créneau commercial, nous pouvons ainsi améliorer le confort de nos clients qui pourront désormais comprendre et télécharger des applications de manière simple, rapide et innovante », commente **Flavio Lang, Directeur des services à valeur ajoutée et des combinés de TIM Brazil.**

Fonctionnement

TIM a commencé à intégrer l'outil dans les terminaux Android vendus par la Société depuis fin 2015. La base de terminaux de l'opérateur actuellement déployée et équipée de cet outil s'élève à près de 100 000 terminaux mobiles. Ce chiffre devrait progresser de manière importante en 2016 dans la mesure où la solution sera intégrée dans tous les nouveaux smartphones de l'opérateur, ainsi que dans toutes les mises à jour de systèmes d'exploitation. La réaction des clients a été très concluante à l'issue des deux programmes pilotes conduits avec succès, avec des taux d'acceptation supérieurs à 20 %.

L'outil n'utilise en effet aucune mémoire ni espace interne sur l'écran du smartphone. *« Il est important de rappeler que seuls les clients qui ont accepté de recevoir des messages publicitaires sur leur téléphone recevront les messages des campagnes sous ce nouveau format »,* commente **Lang.**

À travers une campagne Messages Intelligents, l'utilisateur reçoit un message promotionnel d'alerte qui vante les mérites d'une nouvelle application à télécharger. En cliquant sur le bouton approprié, le téléchargement démarre automatiquement, sans nécessité de rediriger l'utilisateur vers le magasin d'applications ni utiliser son forfait de données. Ceci améliore considérablement l'expérience et l'utilisation d'applications à valeur ajoutée et de campagnes de promotion.

« La solution de Gemalto qui propose des applications mobiles transforme rapidement le moindre terminal en canal de marketing mobile de marques, en fournissant des indications de téléchargements et des rapports historiques simples qui révèlent aisément les dernières exigences des consommateurs », indique **Rodrigo Serna, Président pour la région Amériques de Gemalto.** *« Ce type de rapport statistique améliore la veille commerciale et la gestion du cycle de vie en aidant les opérateurs mobiles à délivrer, de manière sécurisée, des offres pertinentes en relation avec les besoins des clients, améliorant ainsi à la fois le service et la satisfaction ».*

Ce partenariat avec Gemalto, qui suppose le développement et le téléchargement d'applications sur les terminaux d'opérateurs est sans précédent au Brésil. Il sera disponible en exclusivité pendant six mois.

L'avènement du marketing mobile

Les initiatives de marketing mobile n'ont pas cessé de croître dans le pays. Selon [eMarketer](#), un cabinet spécialisé dans les enquêtes et études de marché numériques, les investissements dans la publicité mobile sont en plein essor et la part de marché du Brésil devrait augmenter de 40 à 46 % d'ici 2018.

Par ailleurs, eMarketer estime que d'ici 2016, les investissements dans le marketing mobile dépasseront 100 milliards de dollars dans le monde et 1 milliard de dollars au Brésil, soit l'équivalent d'une part de 51 % du marché mondial de la publicité numérique. Pour la première fois, les dépenses de marketing mobile vont dépasser celles effectuées dans les médias en ligne sur ordinateurs de bureau.

La progression des clients post-payés et l'utilisation croissante des forfaits de données offrent des opportunités sur un marché de plus en plus prometteur. Chez TIM, le taux de pénétration des smartphones a atteint 68 % de la base fin 2015, soit une hausse de près de 20 points de pourcentage par rapport à 2014. Parallèlement, la connectivité aux données a progressé de 39 % l'an dernier, ce qui représente actuellement 38 % du chiffre d'affaires total de l'opérateur.

À propos de TIM

TIM est le deuxième plus grand opérateur du Brésil et un chef de file dans le segment du prépayé. L'entreprise s'est donné pour mission de connecter la société et de prendre soin de chaque client de sorte que tout le monde puisse en faire plus, en améliorant la vie des utilisateurs à travers des services de communication proposés. Dans ce but, outre la priorité qu'elle accorde à l'innovation et l'accessibilité, TIM privilégie la qualité de son réseau et de son service client. L'investissement de 14 milliards BRL que TIM réalise dans ses activités sur une période de trois ans et ce jusqu'à 2018 est la preuve de cet engagement.

La transparence est également un autre pilier de l'opérateur. TIM est en effet la seule société du secteur des télécommunications cotée au nouveau marché de BM&FBOVESPA. Elle est reconnue pour être une société dont la gouvernance d'entreprise atteint un niveau maximal et fait partie des valeurs qui composent les indices Corporate Sustainability Index (ISE) et Carbon Efficient Index (ICO2). Il convient également de citer les initiatives de l'Instituto TIM (www.institutotim.org.br) qui a pour vocation de créer et de capitaliser sur les ressources stratégiques aux fins de la démocratisation de la science et de l'innovation au Brésil.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter www.tim.com.br, www.twitter.com/timbrasil ou www.facebook.com/timbrasil.

À propos de Gemalto

Gemalto (Euronext NL0000400653 GTO) est le leader mondial de la sécurité numérique, avec un chiffre d'affaires 2015 de 3,1 milliards d'euros et des clients dans plus de 180 pays. Nous apportons la confiance dans un monde de plus en plus interconnecté.

Nos technologies et services permettent aux entreprises et aux gouvernements d'authentifier les identités mais également de protéger les données afin qu'elles restent en sécurité et assurent des services dans les appareils personnels, les objets connectés, le cloud et sur les réseaux.

Les solutions de Gemalto sont au cœur de la vie moderne, du paiement à la sécurité de l'entreprise en passant par l'internet des objets. Nous authentifions les personnes, les transactions ainsi que les objets, chiffons les données et créons de la valeur pour les logiciels – permettant ainsi à nos clients d'offrir des services numériques sécurisés à des milliards de personnes et d'objets.

Présent dans 49 pays, Gemalto emploie plus de 14 000 personnes travaillant depuis 118 bureaux, 45 centres de personnalisation et de données et 27 pôles de Recherche et de Développement logiciel.

Pour plus d'informations, visitez notre site www.gemalto.com ou suivez [@gemalto](https://twitter.com/gemalto) sur Twitter.

Relations presse Gemalto :

Philippe Benitez
Amérique du Nord
+1 512 257 3869
philippe.benitez@gemalto.com

Peggy Edoire
Europe et CEI
+33 4 42 36 45 40
peggy.edoire@gemalto.com

Vivian Liang
大中华地区 (Grande Chine)
+86 1059373046
vivian.liang@gemalto.com

Ernesto Haikewitsch
Amérique latine
+55 11 5105 9220
ernesto.haikewitsch@gemalto.com

Kristel Teyras
Moyen-Orient et Afrique
+33 1 55 01 57 89
kristel.teyras@gemalto.com

Shintaro Suzuki
Asie-Pacifique
+65 6317 8266
shintaro.suzuki@gemalto.com

Le texte de ce communiqué, issu d'une traduction, ne doit en aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine, l'anglais, qui prévaut donc en cas de divergence avec la traduction.