

Brésil : Mister Bell boosté par l'effet coupe du monde de foot

LES ECHOS | 13/06 | 05:00 | Lu 795 fois



Les dirigeants de Mister Bell et d'Afilio sur un salon à Sao Paulo - Mister Bell

2 / 2

+ INFOS

0 RÉAGIR

0 PARTAGER

ABONNEZ-VOUS 50% OFF

Mister Bell, spécialiste de la publicité à la performance sur mobile, vient d'ouvrir une filiale au Brésil. Le mondial de foot devrait en doper l'activité.

Les Brésiliens adorent le ballon rond. Mais ce sont aussi des accrocs au smartphone. Avec 250 millions d'abonnés mobiles, ils se placent au cinquième rang des utilisateurs de téléphones portables dans le monde. C'est ce « formidable gisement de croissance », qui a poussé Mister Bell, une start-up spécialisée dans la publicité à la performance sur mobile, à s'installer au Brésil pour toucher les annonceurs locaux, explique Philippe Lourenço, son président fondateur.

Partenariat commercial

Pas question d'aller seul sur un marché réputé pour son protectionnisme et ses lourdeurs administratives. La start-up de 50 personnes a conclu un partenariat commercial avec Afilio (RBS Group), l'un des principaux acteurs brésiliens de la publicité à la performance sur ordinateur. Les deux entreprises (l'une axée sur le mobile, l'autre sur le « desktop » classique), se complètent très bien.

A LIRE AUSSI : Transformice : le jeu de la start-up s'impose au Brésil

Sur le plan opérationnel, Mister Bell apporte sa technologie ainsi qu'une équipe dédiée de 11 salariés basée à Rio. De son côté, Afilio fournit son expertise locale, un épais portefeuille de clients et d'affiliés ainsi qu'une force de vente de 20 personnes à Sao Paulo.

Parler « carioca », un atout

Pour bien travailler ensemble, les nouveaux partenaires ont un atout important : le profil de leur dirigeant respectif. Celui d'Afilio, Julien Turri, est français. Tandis que Philippe Lourenço, d'origine portugaise, parle très bien la langue carioca. Selon ce dernier, c'est un avantage pour manager l'équipe locale et communiquer avec les clients. Car bizarrement, même dans le milieu des affaires de la première puissance économique d'Amérique latine, l'anglais est peu pratiqué.

Profiter de l'effet Coupe du monde

Mister Bell débarque au Brésil au meilleur moment. Avec la Coupe du Monde de football, la pression publicitaire augmente tellement que les médias traditionnels sont saturés, incitant ainsi les annonceurs à déporter une partie de leurs investissements vers un nouveau canal de communication, le mobile. « C'est une extraordinaire opportunité », explique Philippe Lourenço. « Là où il a fallu cinq ans pour faire décoller ce média en France en termes d'investissements publicitaires, il n'en faudra que deux au Brésil ». Les jeux olympiques brésiliens de 2016 devraient prolonger l'appétit des marques locales pour la publicité sur smartphones et tablettes.

Créer du mobile ?

Entreprise mondialisée dès sa création en 2010, réalisant 40% de son chiffre d'affaires auprès de clients internationaux, Mister Bell compte sur le partenariat brésilien pour s'ouvrir tout le continent sud-américain.

DOSSIER SPÉCIAL : Les 7 meilleurs « plans B » à l'export pour les PME

De la même façon, sa filiale de Londres, créée en 2013, la connecte au marché américain. Tandis que son bureau berlinois serait la clé du marché russe. Se révant en « Créateur du mobile », la start-up qui a déjà triplé ses ventes en 2013 est prête à surfer sur un marché porteur sur toute la planète. Son but : dépasser les 20 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015.

INFINITI Q50
L'INSTINCT MOTEUR

À PARTIR DE 399 € PAR MOIS*

RÉSERVEZ UN ESSAI >>>

INFINITI
INSPIRE PERFORMANCE

LUX
RESERVEZ.VOUS

LOCAUX
15 000 annonces >>>

