

R É A L I T É S INDUSTRIELLES



Rédaction

120, rue de Bercy - Télédéc 797
75572 Paris Cedex 12
Tél. : 01 53 18 52 68
Fax : 01 53 18 52 72
<http://www.annales.org>

Pierre Couveinhes, rédacteur en chef

Gérard Comby, secrétaire général

Martine Huet, assistante de la rédaction

Marcel Charbonnier, correcteur

Comité de rédaction de la série
« Réalités industrielles » :

Grégoire Postel-Vinay, président

Serge Catoire

Pierre Couveinhes

Jean-Pierre Dardayrol

Michel Matheu

Françoise Roure

Bruno Sauvalle

Rémi Steiner

Pierre Amouyel

Christian Stoffaès

Claude Trink

Maquette conçue par
Tribord Amure

Iconographe
Christine de Coninck

Fabrication :
Marise Urbano - AGPA Editions

4, rue Camélinat

42000 Saint-Étienne

Tél. : 04 77 43 26 70

Fax : 04 77 41 85 04

e-mail : agpaedit@wanadoo.fr

Abonnements et ventes

Editions ESKA

12, rue du Quatre-Septembre

75002 Paris

Tél. : 01 42 86 55 65

Fax : 01 42 60 45 35

<http://www.eska.fr>

Directeur de la publication :

Serge Kebabtschieff

Editions ESKA SA

au capital de 40 000 €

Immatriculée au RC Paris

325 600 751 000 26

**Un bulletin d'abonnement est encarté
dans ce numéro pages 111-112**

Vente au numéro par correspondance
et disponible dans les librairies suivantes :
Presses Universitaires de France - PARIS ;
Guillaume - ROUEN ; Petit - LIMOGES ;
Marque-page - LE CREUSOT ;
Privat, Rive-gauche - PERPIGNAN ;
Transparence Ginestet - ALBI ;
Forum - RENNES ;
Mollat, Italique - BORDEAUX.

Publicité

J.-C. Michalon

directeur de la publicité

Espace Conseil et Communication

2, rue Pierre de Ronsard

78200 Mantes-la-Jolie

Tél. : 01 30 33 93 57

Fax : 01 30 33 93 58

Table des annonceurs

Annales des Mines : 2-3^e et 4^e de couverture et page 110

Illustration de couverture :

L'utilisation des objets communicants. Illustration de
Stuart Kinlough.

Photo © Stuart Kinlough/IKON

IMAGES-PHOTONONSTOP

S o m m a i r e

LES MUTATIONS DE L'INDUSTRIE DE LA PUBLICITÉ

3 Éditorial

Pierre Couveinhes

I - Publicité et Internet : la mutation s'accélère

5 Quel sera le paysage média en 2020 ? « Les invasions barbares » saison 2 : la dictature numérique

Bertrand Beaudichon, Alain Busson et Chrystèle Bazin

12 Développement, stagnation et métamorphoses de l'industrie de la publicité en France

Philippe Legendre

16 Réinventer le média courrier

Éric Troussel

21 Industrie de la publicité, communication directe et données personnelles D'une communication de masse à une approche ciblée fragmentée et multi- canale : la data au cœur de la communication

Didier Farge, Nathalie Phan Place et Anne Beriot-Cayla

28 Investir en temps de crise : remettre le consommateur au centre de sa stratégie grâce aux nouvelles technologies digitales

Athénaïs Rigault et Claudie Volland-Rivet

33 Les médias, la publicité et les mesures d'audience

Philippe Tassi

II - Nouvelles techniques, nouveaux usages publicitaires

40 La substitution ou la co-évolution entre les divers supports publicitaires (télévision, tablettes, consoles, objets communicants...)

David Lacombed et Christophe Dané

-
- 45 **Témoignage sur des expériences en recherche collaborative autour de la mesure d'audience et des nouveaux formats publicitaires**
Fabienne Andro
- 52 **La publicité à l'heure des médias sociaux : l'enjeu de la subtilité**
Christophe Deshayes
- 57 **The rise of ultra-tailored advertising**
Christiane Sawadogo
- 61 **Nouveaux devices, nouveaux usages : des opportunités de communication pour les marques**
Denis Gaucher et Livia Lamon
- 65 **L'émergence des places de marché publicitaires, l'opportunité d'une nouvelle industrie**
Gérard Lallement, Jacques Serris et Dominique Varenne

III - Nouveaux vecteurs publicitaires : quel impact sociétal ?

- 70 **Focus on the user : quand la publicité se met au service de l'utilisateur**
Nick Leeder et Patrick Heneghan
- 74 **Les processus de communication**
Louis-François Pau
- 78 **Technologies émergentes et marketing numérique**
Jirasri Deslis et Jean-Claude Moissinac
- 82 **Publicité des jeux, publicité responsable ? Le cas du poker en ligne**
Brice Bastié et Stéphane Martin
- 88 **Entre façonnage d'imaginaire et mutation des valeurs : la publicité connaît-elle des limites ?**
Étienne Armand Amato
- 93 **Biographies des auteurs**
- 99 **Résumés étrangers**