

En partenariat avec Hyperworld Marketing, AtooMedia, agence de communication sonore et de design musical lance le premier baromètre des identités musicales de marques (BIMM). Un outil unique et exclusif !

L'identité musicale fait partie intégrante de l'identité d'une marque et contribue à véhiculer ses valeurs. BIMM est le premier outil qui permet de **mesurer la perception de la signature musicale par le consommateur et l'efficacité de la stratégie musicale de la marque... tout au long de l'année !** Les premiers résultats seront publiés à partir du **19 mars 2008** sur le site internet : <http://bimm.atoomedia.com>.

Alain Goudey, Directeur Associé de l'agence AtooMedia, précise que « *ce nouvel outil est indispensable aujourd'hui pour orienter et conseiller les marques sur une évolution de leur identité musicale. Celles-ci n'intègrent pas encore suffisamment la notion de cycle de vie pour gérer leur signature sonore. Nous pouvons désormais valider et suivre dans le temps la reconnaissance du logo sonore, l'agrément qu'il génère ou encore la bonne attribution de l'identité musicale à la marque.* »

Henri-Paul Roy, Directeur Associé d'Hyperworld Marketing, indique que « *le baromètre BIMM est l'adaptation et l'application pour les annonceurs de ce que les radios utilisent couramment pour tester la qualité de leur programmation. BIMM est donc un outil nouveau qui bénéficie de la solide expertise d'Hyperworld dans le domaine des études dédiées au son pour les medias.* »

Le baromètre BIMM s'insère dans une offre commerciale : **BIMM Survey**.

BIMM Survey offre à ses souscripteurs des résultats trimestriels prenant la forme de scores normés (notoriété, agrément, saturation, attributions spontanée et assistée) leur permettant de piloter leur politique d'identité sonore. Des possibilités d'études sur mesure sont possibles avec MyBIMM.

A propos d'AtooMedia

Agence indépendante de communication sonore et de design musical AtooMedia, créée en 2001 a déjà travaillé l'identité musicale de ses clients sur des supports très variés : de la radio à l'internet, en passant par la téléphonie et la création d'ambiance musicale sur le point de vente. Parmi les budgets de l'agence : Dior, Apax Partners, Mondial Assistance, PicWic, Pier Import, E. Leclerc, Carrefour, Gamm Vert, SVP, Converteam, Groupama, etc.

A propos d'Hyperworld Marketing

Société d'études et de conseil en **marketing des contenus**, spécialisée dans l'espace créé par la **convergence des technologies de l'information**, Hyperworld Marketing compte parmi ses clients Eurosport, MTV network, MusicMakesFriends, Lagardère Publicité, Europe 1, OUI FM.

Contacts

- **AtooMedia** – Tél : 0811 072 012 - presse@atoomedia.com – <http://bimm.atoomedia.com>
- **Hyperworld Marketing** – Tél : 0950 804 295 – presse@hyperworld.fr